



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Sociología

**Credibilidad de los medios de comunicación Teleamazonas y RT:
Un estudio comparativo del discurso de los usuarios en las
publicaciones de Teleamazonas y RT en Facebook en el contexto
de las protestas de octubre del 2019 en Ecuador.**

Trabajo de titulación previo a la
obtención del título de
Sociólogo

Modalidad: Análisis de Caso

Autor:

Ricardo José Delgado Jaya

CI:0105574974

Correo electrónico: rdelgadojaya@yahoo.com

Tutor:

Lic. Paulo Andrés Freire Valdiviezo

CI: 0105775076

Cuenca, Ecuador

05-febrero-2021

Resumen

El objetivo del presente trabajo de titulación fue determinar la credibilidad de los medios de comunicación Teleamazonas y RT, a partir de un estudio comparativo entre los discursos de los usuarios en las publicaciones de Teleamazonas y RT en Facebook, tomando como contexto las protestas de octubre del 2019 en Ecuador. El tipo de investigación fue el análisis de caso con un nivel de investigación descriptivo de tipo simple-incrustado bajo un enfoque metodológico cualitativo. El estudio partió de la selección de las publicaciones y los discursos, con los cuales se efectuó una observación. Posteriormente se procedió con una triangulación de técnicas para el tratamiento de la información, como fueron el mapeo de discursos, el análisis de contenido y el análisis del discurso. Los resultados demostraron que el medio Teleamazonas goza de baja credibilidad para los usuarios y que el medio RT goza de alta credibilidad para los usuarios. Se concluyó que la baja credibilidad de Teleamazonas se debe a que demostró un posicionamiento mediático alineado a las políticas del presidente Lenin Moreno y que la alta credibilidad de RT se debe a que este medio no tuvo un posicionamiento mediático alineado con las políticas del presidente Moreno.

Palabras clave: Credibilidad. Medios de comunicación de masas. Redes sociales. Protestas sociales. Lenin Moreno.

Abstract

The objective of this degree work was to determine the credibility of the Teleamazonas and RT media, based on a comparative study between the speeches of the users in the publications of Teleamazonas and RT on Facebook, taking as context the protests of October 2019 in Ecuador. The type of investigation was case analysis with a descriptive investigation level of simple-embedded type under a qualitative methodological approach. The study started from the selection of publications and discourses, with which an observation was made. Subsequently, we proceeded with a triangulation of techniques for the treatment of information, such as mapping speeches, content analysis, and discourse analysis. The results showed that the Teleamazonas medium has low credibility for users and that the RT medium has high credibility for users. It was concluded that the low credibility of Teleamazonas is due to the fact that it demonstrated a media position aligned with the policies of President Lenin Moreno and that RT's high credibility is due to the fact that this medium did not have a media position aligned with the policies of President Moreno.

Keywords: Credibility. Mass media. Social media. Social protests. Lenin Moreno.



Índice del Trabajo

Dedicatoria.....	10
Agradecimientos	11
1. Introducción.....	12
2. Justificación	14
3. Problematicación.....	24
4. Preguntas y Objetivos de Investigación	28
4.1. Pregunta general	28
4.2. Preguntas específicas.....	28
4.3. Objetivo general.....	29
4.4. Objetivos específicos	29
CAPÍTULO I	30
5. Marco Teórico	30
5.1. El control de los Medios de Comunicación: Teorías de manipulación mediática de Noam Chomsky	36
5.2. La Acción Comunicativa en la relación entre Medios de Comunicación e individuos	39
5.3. Medios de Comunicación y Política: Un análisis a partir de los estudios de Manuel Castells	42
5.4. Teorías de la Sociología de la Comunicación: La Agenda Setting y Los Efectos de los Medios de Comunicación	45
5.5. Teorías traídas a nuestro contexto: Las protestas de octubre del 2019.....	49
CAPÍTULO II	51
6. Diseño Metodológico	51
6.1. Tipo de Investigación	51
6.2. Método de Investigación.....	52
6.3. Población y Muestra.....	53
6.4. Métodos y técnicas de obtención de datos	55
6.5. Tratamiento de la información	56
CAPÍTULO III.....	60
7. Resultados de la Investigación	60



7.1. Observación.....	60
7.1.1. Publicaciones de Teleamazonas en Facebook	60
7.1.2. Publicaciones de RT en Facebook	60
7.2. Mapeo de discursos	61
7.2.1. Mapeo de discursos Teleamazonas	70
7.2.2. Mapeo de discursos RT	71
7.3. Análisis de Contenido de los discursos	72
7.3.1. Análisis de Contenido Teleamazonas	77
7.3.2. Análisis de Contenido RT	79
7.4. Análisis del Discurso	81
7.4.1. Análisis del Discurso Teleamazonas	85
7.4.2. Análisis del Discurso RT	88
8. Discusión con los resultados	92
8.1. Teorías de manipulación mediática	92
8.2. Teoría de la Acción Comunicativa	94
8.3. Medios de comunicación y política	95
8.4. Teoría de la Agenda Setting y teoría de los Efectos de los medios de comunicación	97
CAPÍTULO IV	99
9. Conclusiones.....	99
10. Recomendaciones.....	101
11. Observaciones y limitaciones.....	102
12. Bibliografía.....	104
13. Anexos	114
13.1. Publicaciones Medios de Comunicación	114
13.1.1. Publicaciones Teleamazonas	114
13.1.2. Publicaciones RT	122
13.2. Discursos usuarios (ejemplos)	130
13.2.1. Discursos usuarios Teleamazonas	130
13.2.2. Discursos usuarios RT	132
13.3. Protocolo	134

Índice de Cuadros

Cuadro 1. Mapeo de discursos	56
Cuadro 2. Mapeo de discursos publicación #2 Teleamazonas.....	69
Cuadro 3. Mapeo de discursos publicación #8 RT	69
Cuadro 4. Mapeo de discursos general Teleamazonas.....	70
Cuadro 5. Mapeo de discursos general RT.....	71

Índice de Tablas

Tabla 1. Matriz de Análisis de Contenido	58
Tabla 2. Ejemplo#1 matriz análisis de contenido Teleamazonas.....	73
Tabla 3. Ejemplo#2 matriz análisis de contenido Teleamazonas.....	73
Tabla 4. Ejemplo #1 matriz análisis de contenido RT.....	74
Tabla 5. Ejemplo #3 matriz análisis de contenido Teleamazonas.....	75
Tabla 6. Ejemplo #2 matriz análisis de contenido RT.....	75
Tabla 7. Análisis del contenido Publicación #12 Teleamazonas	76
Tabla 8. Análisis del contenido Publicación #3 RT	77

Índice de Redes Semánticas

Red semántica #1. Red publicación #4 Teleamazonas	82
Red semántica #2. Red publicación #7 RT	83
Red semántica #3. Red general Teleamazonas	84
Red semántica #4. Red general RT	85

Índice de Imágenes

Imagen 1. Publicación #15 Teleamazonas	62
Imagen 2. Discurso Teleamazonas.....	62
Imagen 3. Publicación #14 RT	63
Imagen 4. Discurso RT	63
Imagen 5. Publicación #4 Teleamazonas.....	64



Imagen 6. Discurso Teleamazonas	64
Imagen 7. Publicación #10 RT	65
Imagen 8. Discurso RT	65
Imagen 9. Publicación #1 RT.....	67
Imagen 10. Discurso RT.....	67
Imagen 11. Discurso Teleamazonas.....	67
Imagen 12. Discurso RT.....	68
Imagen 13. Discurso RT.....	68

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio
Institucional

Ricardo José Delgado Jaya en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **"Credibilidad de los medios de comunicación Teleamazonas y RT: Un estudio comparativo del discurso de los usuarios en las publicaciones de Teleamazonas y RT en Facebook en el contexto de las protestas de octubre del 2019 en Ecuador"**, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 05 de febrero de 2021



Ricardo José Delgado Jaya

C.I: 0105574974

Cláusula de Propiedad Intelectual

Ricardo José Delgado Jaya, autor del trabajo de titulación "Credibilidad de los medios de comunicación Teleamazonas y RT: Un estudio comparativo del discurso de los usuarios en las publicaciones de Teleamazonas y RT en Facebook en el contexto de las protestas de octubre del 2019 en Ecuador", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 05 de febrero de 2021



Ricardo José Delgado Jaya

C.I: 0105574974



Dedicatoria

El presente trabajo de investigación, siendo fiel a la triangulación, se lo dedico a tres personas que contribuyeron a mi crecimiento personal, pero que sobre todo, demostraron con sus actos que podía contar con ellas, toda vez que fueron un pilar importante durante una etapa primordial en mi vida, como lo fue mi niñez y adolescencia. A mi tía María Elena, a mi tía Martha y a mi abuelita Mami Blanca. Gracias por todo. Siempre estarán en mi corazón.

Ricardo

Agradecimientos

Fundamentalmente, quiero agradecer a Dios, porque a pesar de las dificultades y traspiés que he atravesado a lo largo de mi vida, aquello ha servido para levantarme y darme cuenta del verdadero valor de las cosas, de las personas y de mi como persona. Bajo esa perspectiva, sostengo que el fin de la vida de cada uno de nosotros como individuos, es el evolucionar como sujetos, el crecer, el levantarnos de los problemas y el contribuir al bienestar de nosotros mismos, y del resto de personas a nuestro alrededor.

Finalmente agradecer no a una persona en específico, sino a una ciencia social. Quiero agradecer a la Sociología por abrirme los ojos, por permitirme analizar la realidad desde una perspectiva amplia, holística, transversal, histórica y abductiva. La Sociología me ha permitido romper con viejos esquemas mentales y paradigmas hegemónicos, ligados con el patriarcado, el sistema capitalista y el colonialismo. La sociología ha contribuido en permitirme sentir la realidad desde las vivencias de “El otro”, entendido el otro como los sujetos sociales históricamente excluidos, como por ejemplo los pueblos y nacionalidades indígenas, las personas pertenecientes al colectivo LGTBI, los individuos afrodescendientes, etc. Así también, la sociología ha posibilitado que me suscriba a las luchas sociales de nuestro pueblo; por ejemplo, las luchas por la defensa del medio ambiente, por la equidad de género y fundamentalmente por un sistema social digno, que no menoscabe a los sectores más vulnerables, sino que reivindique las exigencias, derechos y demandas de los históricamente explotados y silenciados.

Ricardo

1. Introducción

Estudios sobre los medios de comunicación de masas, también conocidos como mass media, han adquirido gran relevancia en la era de la información actual, en la cual las tecnologías de la información y la comunicación, también conocidas como TICS, como herramientas de uso contemporáneo, sirven para que distintos actores sociales se relacionen e interactúen entre sí. En el espectro de las tecnologías de la información tenemos las social media, que lo conforman principalmente las redes sociales, entre las que se encuentran Instagram, Twitter, YouTube o Facebook; las mismas que se constituyen como espacios virtuales en donde se produce un nuevo tipo de interacción entre los mass media y el público de manera online.

Las manifestaciones sociales de Ecuador ocurridas en octubre del 2019, evidenciaron otras formas de interacción entre los medios de comunicación de masas como Teleamazonas o RT, con los usuarios o el público que sigue a estos medios; toda vez que el uso de redes sociales como Facebook por parte de los mass media y de los usuarios, permitió un nuevo tipo de relacionamiento entre estos actores, partiendo del hecho de que las protestas de octubre como un acontecimiento eminentemente político, se constituyeron como un evento relevante desde un punto de vista mediático.

El presente trabajo de investigación se imbrica dentro del área de estudio de la sociología de la comunicación; puesto que se consideró a los medios de comunicación y a las redes sociales como elementos neurálgicos del presente estudio. Adicionalmente, la sociología política también es un campo que conformó la presente investigación, en tanto se tomó como contexto las protestas de octubre del 2019 en Ecuador. Por otra parte, este trabajo de investigación se constituye como una investigación de carácter descriptivo; en el cual, se tomaron como unidades de observación y análisis a los discursos de los usuarios en las publicaciones de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en su versión en español en la plataforma virtual Facebook, en el contexto de las protestas de octubre del 2019 en Ecuador.

El objetivo principal de investigación fue determinar la credibilidad que tienen los medios de comunicación Teleamazonas y RT, a partir del discurso de los usuarios en Facebook, en el contexto de las manifestaciones en Ecuador, sucedidas desde el 03 al 13 de octubre del 2019.

El esquema del trabajo de titulación inicia con la justificación, la problematización, las preguntas y los objetivos de nuestro tema de estudio. El capítulo I se refiere al marco teórico, en el que se detallan los aportes de los teóricos del área de la sociología de la comunicación como son Noam Chomsky, Jürgen Habermas y Manuel Castells, así como de teorías como la teoría de la Agenda Setting y la teoría de los Efectos de los medios de comunicación. En el capítulo II se presenta la metodología del trabajo de investigación. Se explica el tipo de investigación, el método de investigación, la población y muestra, los métodos y técnicas de obtención de datos y las técnicas para el tratamiento de la información. En el capítulo III se exponen los resultados de la investigación. Los resultados se dividieron en tres apartados distintos que corresponden a las tres técnicas de tratamiento de la investigación que se usó en esta investigación, técnicas que a su vez corresponden a los tres objetivos específicos de la investigación. Es decir, se obtuvieron resultados con la técnica del mapeo de discursos, resultados con la técnica del análisis de contenido y resultados con la técnica del análisis del discurso. Estos resultados fueron vinculados con los pensamientos de los autores y teorías anteriormente citados en la sección de discusión con los resultados. Finalmente, en el capítulo IV se enuncian las conclusiones, las recomendaciones, las observaciones y limitaciones del trabajo de investigación.

2. Justificación

El presente trabajo de titulación, al imbricarse dentro de la sociología de la comunicación, se desarrolla tomando en cuenta la importancia de las redes sociales, específicamente de Facebook, como una vía que los mass media, usan para llegar a las masas de manera virtual. Teniendo en cuenta que las redes sociales, son uno de los principales espacios de acción de los medios de comunicación de masas, y que Ecuador, recientemente pasó por un episodio convulso en cuanto a lo social en términos generales y político en términos específicos, como lo fueron las manifestaciones ocurridas en octubre, resultó relevante indagar acerca de la credibilidad de los medios de comunicación Teleamazonas y RT, en relación a los discursos de los usuarios en la red social Facebook, a partir de las publicaciones de estos dos mass media, en el contexto de las protestas en Ecuador, sucedidas desde el 03 al 13 de octubre del 2019. De manera específica, se determinó la credibilidad de las publicaciones de los medios, pero de manera general se determinó la credibilidad de los mass media Teleamazonas y RT propiamente dichos.

En una primera instancia, fue fundamental realizar esta investigación porque no existen investigaciones previas que abarquen el contexto de las manifestaciones de octubre, en tanto, se trata de un evento reciente. Si bien existen investigaciones respecto de otros conflictos sociales que han ocurrido en el pasado en la era republicana del Ecuador, como un abordaje de la crisis bancaria de 1999 (Bonilla & Galvez, 2007) o un estudio de la criminalización de la protesta social por la defensa de los derechos humanos en el período 2008-2016 (Duchitanga, 2018) o también, investigaciones con respecto a los medios de comunicación de masas en Ecuador, como un estudio sobre los medios de comunicación y su influencia en la conducta violenta en el entorno escolar (Idrovo, 2015) o un estudio de la credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: Reflejo de un periodismo de calidad (Vásquez, 2010) no existen investigaciones relacionadas específicamente hablando, sobre la credibilidad que tienen los medios en redes sociales, respecto de algún conflicto social en Ecuador. A nivel internacional, tenemos investigaciones que estudian la credibilidad, influencia y el rol de los medios de comunicación con

respecto a los individuos, como por ejemplo un estudio de las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política (Gelpi, 2018) Un estudio que habla sobre la credibilidad de los medios de comunicación a partir de un análisis de la prensa diaria desde el comportamiento del consumidor (Calvo, Martínez & Juanatey, 2014) o también un estudio sobre la influencia de los medios sociales digitales en el consumo (Barrio, 2017). Por ejemplo, los resultados que presenta la investigación de las redes sociales como instrumento político, está de que el uso de los social media tienen un impacto significativo en la participación política de los jóvenes, durante el período de elecciones presidenciales en Uruguay, y en donde, las redes sociales sirvieron como un instrumento, tanto de parte del oficialismo, como de parte de la oposición uruguaya para mostrar sus estrategias políticas, y tratar de llegar al público (Gelpi, 2018). Los resultados del estudio sobre la credibilidad de los medios de comunicación en Ecuador, señalan que los medios nacionales, tienen una credibilidad moderada, debido a que la confiabilidad y la imparcialidad de los medios se encuentran en niveles medios (Vásconez, 2010). Los resultados del estudio que relaciona credibilidad de los medios con el comportamiento del consumidor, indican que mientras más credibilidad tenga un medio, mayor predisposición a aceptar nuevos productos tiene el consumidor (Calvo et al., 2014). Los resultados de la investigación sobre la influencia de los medios sobre el consumo, demuestran que los social media, tienen un impacto mayor que medios tradicionales, a la hora de influir sobre las opiniones de los usuarios sobre las marcas y productos (Barrio, 2015). En base a los resultados de estos trabajos de investigación, se corrobora el papel sustancial de los medios de comunicación de masas, en plataformas de social media, como las redes sociales, a la hora de tener un peso sobre el público, y que en base a la relación que pueda tener un mass media con su público en redes sociales, este puede tener distintos niveles de credibilidad. Es así que la relación que se puede establecer, con el presente trabajo de investigación es que en efecto, los mass media al usar como puente de comunicación a las redes sociales, desempeñan un rol sobre los usuarios. Una posible influencia como tal, no se pudo determinar en una investigación online, pero si se logró determinar la credibilidad de las publicaciones de los medios de

comunicación en el presente trabajo de investigación. Mencionando estos aspectos, se presenta primordial y conveniente un estudio de los medios de comunicación de masas en relación a las protestas de octubre del 2019 en Ecuador.

Las manifestaciones ocurridas en el mes de octubre del 2019, están dotadas de una alta relevancia social, por la gran cantidad de actores e instituciones sociales, que estuvieron involucrados. En este sentido, los mass media, en el siglo XXI, se constituyen como un medio para convencer a las masas (Chomsky, 2007). Por lo tanto, resulta imperativa una investigación que estudie la credibilidad de los mass media en redes sociales sobre el público, y específicamente en Facebook, en cuanto a las protestas de octubre. Adicionalmente, la investigación cuenta con un fuerte valor teórico, puesto que actualmente, existe un vacío académico-científico respecto de este tópico, por lo que incursionar en una investigación de las protestas de octubre, puede servir para sentar bases a futuras investigaciones respecto de otros mass media u otros actores, en relación a las protestas de octubre en Ecuador. En este sentido, es fundamental, determinar la credibilidad de los mass media, con respecto a las protestas de octubre porque en el mundo, en la región latinoamericana y en Ecuador, el papel que los medios de comunicación han desempeñado, según el lingüista Noam Chomsky (2007) es primordial a la hora de persuadir a las masas.

En un estado totalitario no importa lo que la gente piensa, puesto que el gobierno puede controlarla por la fuerza empleando porras. Pero cuando no se puede controlar a la gente por la fuerza, uno tiene que controlar lo que la gente piensa, y el medio típico para hacerlo es mediante la propaganda (manufactura del consenso, creación de ilusiones necesarias), marginalizando al público en general o reduciéndolo a alguna forma de apatía. (Chomsky, 2016 citado en Menco, 2016, p.3)

Es decir, los medios de comunicación tienen la capacidad de moldear el pensamiento de las masas y por tanto, esto se constituye como una herramienta de poder, sobre los individuos.

Como antecedentes, que muestren la relación existente entre los medios de comunicación y la percepción de los individuos sobre algún tópico, tomaremos dos hechos, explicitados por el lingüista Noam Chomsky (2007): El primer caso de este poder de los medios de comunicación, se dio en 1916 en USA durante el mandato del presidente Woodrow Wilson. En aquella ocasión, el presidente, con una gran propaganda gubernamental, logró cambiar el discurso de la población y hacer que los ciudadanos estadounidenses, pasasen de tener una postura pacifista, en contra del involucramiento de USA en la primera guerra mundial, a una postura belicista, convenciéndose de que era necesaria la participación de USA en la contienda bélica. Como segundo hecho de manipulación mediática, en la que se logró cambiar la percepción y el discurso del pueblo, fue durante la administración de Bush hijo en USA tras la caída de las torres gemelas. Luego de aquel suceso, el presidente advertía la necesidad de acabar con el terrorismo, de que USA debía vengar la muerte de muchos de sus compatriotas. Es así que mediante un sistema de propaganda, en donde se utilizaron mass media como la radio, la televisión y el periódico, se logró convencer y persuadir a las masas, de que era necesaria la intervención militar en Afganistán e Irak. Con esta estrategia de los medios de comunicación de masas, se logró como menciona Chomsky (s.f.) que el rebaño no se oponga y acepte los designios de la clase especializada y de los dueños de la sociedad. En estos dos casos, podemos observar que los mass media, para lograr sus fines mediáticos sobre los individuos, crearon un enemigo de la sociedad norteamericana. Por un lado, era el ejército alemán, al que había que derrotar, y por otro lado, los terroristas de medio oriente, a quienes había que hacer frente. Analógicamente hablando, podemos establecer que para Teleamazonas, el “enemigo” a enfrentar fueron los grupos correistas, los vándalos, los que impedían a la gente salir a trabajar (Coello, 2019) y por otro lado, para RT en Español, el “enemigo” fue el propio gobierno de Lenin Moreno, al promulgar aquellas medidas consideradas como un paquetazo para el pueblo ecuatoriano (Romero, 2019). Partiendo de lo expresado por Chomsky, las manifestaciones de octubre fueron un escenario en el que los medios de comunicación de masas, detentaron un rol a la hora de emitir propaganda, sobre los hechos que ocurrieron en octubre y en donde,

ciertos medios de comunicación, sirvieron como instituciones del gobierno, para legitimar sus acciones, ante la sociedad en su conjunto. Entendiendo aquello y sabiendo que las protestas en Ecuador de octubre del 2019, se constituyen como un acontecimiento relevante, tomando en cuenta la cantidad de actores e instituciones que formaron parte de aquel suceso; como los indígenas, los universitarios, los gremios de trabajadores, la policía nacional, el Estado ecuatoriano, los medios de comunicación, etc; resultó imperativo entender y determinar, la credibilidad de los medios de comunicación, sobre las masas de usuarios en plataformas virtuales, porque entendiendo aquello, se obtuvo un panorama más claro y concluyente, respecto del peso, que tienen los medios de comunicación, sobre los sujetos sociales presentes en Facebook, mediante un estudio de su discurso en esa plataforma virtual.

Cabe indicar que se seleccionó para la presente investigación, al canal nacional Teleamazonas, y al canal internacional RT en Español, porque son canales televisivos que, gozaron de protagonismo durante las manifestaciones de octubre y porque sus lineamientos son contrapuestos, en base a su línea propagandística con la cual se dirigieron al público en el contexto de las protestas de octubre. Profundizando en este aspecto, se escogió de manera específica, al canal nacional Teleamazonas tras revisar su línea editorial. Según Ana Sánchez (2010) luego de hacer un breve análisis del posicionamiento que tiene Teleamazonas a la hora de transmitir alguna noticia, concluye que “Los medios no son neutrales sino que tienen posiciones políticas y responden a intereses económicos, en base a los cuales fabrican sus noticias y comentarios” (Sánchez, 2010, p.9). Según un estudio del observatorio de medios de Ecuador (2007) Fidel Egas es el dueño de Teleamazonas, quien también es el accionista principal del banco del Pichincha, del banco Rumiñahui, de la revista Diners, de 20 empresas, como Ingenio la Troncal, Compañía minera Gribpe, Compañía ecuatoriana de pavimentos, entre otras (Sánchez, 2010). Es así que según Sánchez (2010) Teleamazonas se constituye como un ente con gran poder, que tiene conexión directa con grandes grupos que desean mantener su statu quo, que es un medio de derecha y que no tiene un accionar comunicativo objetivo, sino que vela por sus intereses particulares. De esta

manera, podemos constatar que el canal Teleamazonas es un canal explícitamente de derecha y cuya línea editorial está fuertemente sesgada hacia esa corriente. Por otra parte, se seleccionó de manera específica al canal RT en su versión en español por distintas razones. Primeramente, según Suárez (2011) citado en Moreno (2019) “después de recuperarse de la caída de la URSS, Rusia ha retomado sus aspiraciones como potencia internacional. Y dicha decisión ha derivado en otras de carácter mediático” (p.92). Es decir, la influencia de Rusia ha crecido en medios de comunicación, tanto es así que a partir de diciembre del 2005, Russia Today se convirtió en el canal ruso por excelencia (Moreno, 2019). Para Peinado (2018) La información que produce RT brilla por no ser neutral; el sesgo de RT es antioccidental, de forma tal que para Occidente, RT se ha convertido en un medio de propaganda. Además, la audiencia de RT en el día es de 35 millones de personas, debido a que está en más de 100 países y en cuatro idiomas: inglés, español, árabe y francés (Peinado, 2018). Además, RT tiene un impacto fuerte en internet, en donde el canal ha logrado captar a millones de seguidores, con una propaganda política de izquierda, puesto que en RT abunda la información peyorativa sobre USA y Europa, y adicionalmente, muchos de los corresponsales y empleados del canal, han estado en puestos políticos de gobiernos antioccidentales, como el caso de Erick Ortega, que fue diputada del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) (Peinado, 2018).

Según el portal informático Plan V (2017) el canal ruso RT, en especial la presentadora Eva Golinger, tiene una estrecha relación con el expresidente Rafael Correa, puesto que Golinger ha entrevistado a diversos personajes correistas como Ricardo Patiño y Gabriela Rivadeneira, y en donde también en esta red colaborativa del canal, se encuentran personajes como Julian Assange y Edward Snowden. Es así que Rusia y su aparato mediático siguen una agenda claramente antioccidental (Plan V, 2017). Tanto es así que Golinger, es una corresponsal al servicio del correato; esto se evidencia en campañas junto al expresidente como la mano sucia de Chevron, y el hecho de haber subido y pasado un día en el avión presidencial junto a Correa; así como también, vínculos de la presentadora, con los hermanos Alvarado, quienes fueron la cabecilla detrás de la maquinaria propagandística del

correísmo (Plan V, 2017). La simpatía de RT con el expresidente, se demuestra también en el hecho, de que Correa tiene un programa semanal denominado “Conversando con Correa” (Plan V, 2017). En añadidura, el canal RT goza de un mayor tráfico de usuarios en Facebook, comparándolo con otros canales internacionales de la misma línea editorial como Telesur o Hispan TV. En efecto, RT cuenta con cerca de 6 millones de seguidores en Facebook (Peinado, 2018). Es decir, el número de usuarios que interactúan en el perfil de RT en su versión en español, es mucho mayor, respecto de los mass media anteriormente citados. Tras resaltar y justificar estos puntos, respecto de los canales Teleamazonas y RT, claramente, se evidencia que son opuestos, que su línea editorial es dicotómica, y que su agenda es contraria, en tanto, en base a las explicaciones previas, Teleamazonas se constituye como un canal de derecha, pro occidental y RT como un canal antioccidental, de izquierda. A partir de esto, cabe añadir que para algunos periodistas como Tamayo (2019) el gobierno de Lenin Moreno dio un giro a la derecha, entre otras cosas, por su acercamiento con USA y con organismos internacionales como el FMI. Consecuentemente, un canal como Teleamazonas, se entiende que se alineó a las políticas y agenda del gobierno de Lenin Moreno. Mientras tanto, Correa, que se ha definido como un gobierno progresista, como un gobierno del socialismo del siglo 21 (López, 2015) y como un claro opositor del gobierno de Lenin Moreno, resulta lógico que un medio como RT, comparta sus lineamientos político-ideológicos y que por tanto, el canal RT haya mostrado los hechos de las protestas de octubre desde un punto de vista, distinto a como lo hizo Teleamazonas. Es por esto que se pretende efectuar un estudio, entre las publicaciones de estos dos medios de comunicación, en su accionar en una red social como lo es Facebook, para determinar la credibilidad de los mass media sobre los usuarios a partir de un estudio comparativo de sus discursos, en esa plataforma virtual. Adicional a esto, a partir del universo del público que tuvo actividad en Facebook, resultó preciso entender las diferencias de los usuarios, que publicaron sus discursos en el perfil de Teleamazonas, en relación a los usuarios que publicaron sus discursos en el perfil de RT, toda vez que cierto número de publicaciones de cibernautas de RT, son efectuadas por individuos desde el

exterior. En contraparte, los usuarios de Teleamazonas, publican en su mayoría desde la localidad, porque Teleamazonas a diferencia de RT, es un canal nacional. También fue necesario escoger a estos dos medios de comunicación de masas, puesto que a nivel nacional, no existe un medio de comunicación televisivo claramente opositor al gobierno de Lenin Moreno, por lo que resultó necesario escoger a RT como medio crítico, al gobierno del presidente Moreno (Robayo, 2019) para poder justamente, efectuar un estudio comparativo.

Adicionalmente, para el presente trabajo de investigación se escogió a la red social Facebook para determinar la credibilidad que tienen estos medios de comunicación sobre las masas, por distintas razones. En una primera instancia, según el portal digital Statista (2019) Facebook es la red social con más usuarios en el mundo; con corte a octubre del 2019 la plataforma superó los 2.4 mil millones de usuarios a nivel global (Greenfield, 2019). Mientras tanto, a nivel del Ecuador, la tendencia no cambia, según la agencia Global Digital Report (2019) Facebook es la red social más utilizada en Ecuador con 12 millones de usuarios, mucho más que Instagram o Twitter, con apenas 4 millones y 800 mil usuarios respectivamente (Zabala & Sánchez, 2019). Por otra parte, el público que se encuentra en Facebook, es más variado que en otras redes sociales, en donde por ejemplo, Instagram es una red social con un público eminentemente juvenil, y Twitter, con un público más adulto; Facebook sin embargo, es diverso en este sentido, y podemos encontrar usuarios de distintas edades usando esta red social (Velasco, 2016) lo que para la investigación, nos permite obtener un criterio más amplio en base a una población claramente más heterogénea con respecto a otras redes sociales. Adicionalmente, se escogió Facebook, porque el número de publicaciones de los usuarios, partiendo del hecho de que es la red social más popular en el mundo y del Ecuador, es mayor a las publicaciones de usuarios en redes sociales como Twitter e Instagram.

Además, según una investigación efectuada por la agencia internacional británica Ogilvy en 2017, los social media han superado a los medios de comunicación tradicionales entre los ciudadanos a la hora de informarse. Este estudio señala que Facebook, es la primera fuente de consulta de noticias, con un

39% a nivel global, con un 7% más en relación a los formatos tradicionales, y a gran distancia de otros medios como Google y Twitter con un 15 y 4% respectivamente (IPMARK, 2017).

Finalmente, la influencia de las redes sociales y de Facebook es alta entre los usuarios en el ámbito político según distintos autores. Para Chaves (2017) redes sociales como Facebook, son usadas masivamente en época de campaña electoral, para promocionar las figuras de distintos candidatos, y tratar de captar el voto del público online. Por otra parte, para Juan Domínguez (2019) CEO de la empresa Adglow, las redes sociales, en especial Facebook, se han tornado imprescindibles tanto para quienes publican en ellas, como para el público en general (Redacción PuroMarketing, 2019).

Evidentemente, el número de usuarios de Facebook que comentan en las publicaciones de Teleamazonas y RT, no constituyen todo el universo de usuarios de Facebook. Así también, cierto número de individuos que pueden tener televisión y sintonizar Teleamazonas, pueden no tener Facebook. Simplemente, para este estudio, se seleccionó a usuarios de Facebook, que hayan comentado en las publicaciones de Teleamazonas y RT, porque evidentemente no se puede abarcar una población amplia para un estudio de análisis de caso como este.

Partiendo de lo explicitado previamente, la justificación teórica de la presente investigación se explica a partir de las características interactivas que se manifiestan en la contemporaneidad, entre individuos e instituciones. Estas características indican que las redes sociales han ganado un amplio espacio en la actualidad, como herramientas para que los medios de comunicación amplíen su cobertura informativa. Es así que tanto el consumo de medios de comunicación, como de usuarios en redes sociales, se ha incrementado. De esta manera, sucesos coyunturales o sistémicos como movilizaciones sociales de todo tipo, cuya causa pueda imbricarse dentro de luchas por el medio ambiente, por la equidad de género, por los derechos laborales, por condiciones dignas de empleo, por la autonomía de las universidades, por los derechos de la comunidad LGTBI, en contra de la corrupción, en contra de la violencia de género, etc; o eventos como campañas

políticas, en los cuales se discuten temas como el empleo, la corrupción, la pobreza, la minería, el modelo político-económico, etc; entran a debatirse y a manifestarse en redes sociales. Es decir, las redes sociales conforman un nuevo espacio de lucha entre el poder hegemónico versus el contrapoder (Castells, 2009). Los métodos de dominación de los grupos de poder, entendiéndose estos como los gobiernos, las transnacionales, los mass media y por otra parte, las reivindicaciones y demandas sociales de los grupos históricamente excluidos y de la sociedad en general, se desarrollan en la actualidad en redes sociales como Facebook. De esta manera, las redes sociales se constituyen ya en pleno siglo XXI, como un elemento neurálgico, para entender las nuevas formas de relación e interacción entre quienes detentan el poder, y quienes carecen de poder. Es así que las protestas del mes de octubre en Ecuador, permitieron comprender el alcance de los social media, de manera específica de la red social Facebook, a partir de este nuevo interaccionamiento, entre medios de comunicación con los usuarios; a la vez que permitirán obtener una perspectiva a futuro, del papel que tendrán los social media, en este interaccionamiento entre mass media con usuarios, en eventos políticos coyunturales como las elecciones presidenciales en Ecuador del 2021.

Por otra parte, el presente trabajo de investigación goza de utilidad metodológica, puesto que se utilizó un nuevo tipo de técnica para analizar la información, como lo es el Mapeo de discursos. Con esta nueva técnica, cuya ejecución se da en un plano cartesiano, se estableció una nueva relación entre variables, en este caso entre las variables credibilidad con las variables convergencia-neutralidad-divergencia, lo cual permitió responder al primer objetivo específico de nuestra investigación.

En referencia a la justificación social del presente trabajo de titulación, esencialmente el aporte a la comunidad, se enmarca en el sentido de que todos los individuos que accedan al contenido offline, pero principalmente online de los medios de comunicación de masas, en plataformas virtuales como Facebook, entiendan que el papel de los medios de comunicación, en acontecimientos políticos, económicos y sociales, como lo fueron las protestas de octubre del 2019

en Ecuador, es preponderante porque no tienen un accionar objetivo ni imparcial, sino más bien, demuestran ciertos grados de subjetividad y parcialidad, en cada una de sus publicaciones; de manera que los mass media muestran dependiendo del caso, una ideología de derecha o de izquierda (Mirom, 2016). Esta subjetividad comunicativa demostraría que los grandes medios de comunicación, responden a intereses político-económicos de grupos élite de poder, que se vinculan con los gobiernos de turno.

3. Problematicación

Las manifestaciones sociales ocurridas en Ecuador desde el 03 al 13 de octubre del 2019, se posicionan como uno de los hechos más relevantes desde la posesión del presidente Lenin Moreno el 24 de mayo del 2017, desde un punto de vista político, social, económico e ideológico; en tanto, entraron en juego distintos actores sociales trascendentales que estructuran las dinámicas de interacción de una sociedad como la ecuatoriana. Los mass media, han sufrido en los últimos años una fuerte transformación, en cuanto a los canales y medios con que estos, llegan a las masas. La irrupción del internet, ha abierto un abanico de espacios a los medios de comunicación de masas, con los cuales estos llegan al público. Entre los principales tipos de mass media, está la radio, el periódico, y la televisión. Las redes sociales, son considerados para algunos autores como Hutt (2012) como un tipo de mass media. Para otros autores, las redes sociales no son un tipo de medio de comunicación de masas, sino que simplemente se consideran como un tipo de social media o medios sociales (Gourvennec, 2016). Partiendo de aquello, los canales televisivos no sólo utilizan, la televisión, como forma de transmitir mensajes a las masas, sino que se valen de herramientas virtuales, como las redes sociales virtuales, para llegar al público. Profundizando en este aspecto, para Guaramaco (2017) las redes sociales no son medios de comunicación, pero no están desvinculados de estos. Redes sociales como Instagram, Twitter y Facebook, están entre las plataformas más usadas por los medios de comunicación y se constituyen en una especie de canal o puente, que conecta a los usuarios, con los medios de comunicación (Guaramaco, 2017). En esta misma línea, para Carvajal (s.f.) las redes sociales juegan un trabajo fundamental a la hora de conectar a los medios de

comunicación con la audiencia. Si bien es cierto, las redes sociales, surgieron como espacios en donde los usuarios podían interactuar con otros usuarios de manera online, en la actualidad, grandes medios de comunicación, utilizan las redes sociales como una herramienta, para llegar a las masas (Hesses & Mazzitelli, 2010). Hutt (2012) afirma: “Las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuales, tanto individuos como empresas, han logrado proyectar, informar, compartir y difundir información con públicos o grupos específicos” (p.128). Salvador & Gutiérrez (2010) indican: “Para los medios de comunicación tradicionales Facebook y Twitter son una buena forma de captar audiencia” (p.3). En este sentido, los grandes medios de comunicación desempeñaron un rol, durante las protestas ocurridas a principios del mes de octubre, al momento de informar sobre los hechos que ocurrían, en el contexto de las manifestaciones en Ecuador, y como mencionan estos autores, se valieron de nuevos espacios, como los social media, y específicamente de las redes sociales, para llegar a las masas de usuarios. Este trabajo de investigación, dentro del área de la sociología, y específicamente dentro del área de la sociología de la comunicación, cuenta con una importante pertinencia académico-científica, debido a que las manifestaciones ocurridas en Ecuador en el mes de octubre del 2019, se constituyen como un acontecimiento netamente social que es posible estudiar, obteniendo un conocimiento de la credibilidad que los medios de comunicación Teleamazonas y RT, tuvieron para los usuarios en la red social Facebook. La interacción entre los medios Teleamazonas y RT con los usuarios en Facebook a partir de las publicaciones de estos mass media constituyen el fenómeno de la presente investigación; mientras que las protestas de octubre fue el contexto del presente estudio. La credibilidad de Teleamazonas y RT sobre los usuarios de Facebook, fue investigada a profundidad, tomando las teorías de tres grandes intelectuales de los medios de comunicación, como son: Manuel Castells, Noam Chomsky y Jürgen Habermas como autores principales, aunque el estudio también se enriqueció de otros autores e intelectuales, en el área de la sociología de la comunicación. Adicionalmente, desde un punto de vista académico-científico, el presente trabajo de titulación goza de conveniencia, en tanto, se imbrica dentro del

área de la sociología de la comunicación, la cual es una rama de la sociología dotada de un carácter científico por teóricos como Castells o Habermas, y la cual estudia las relaciones entre la estructura social y el conocimiento y entre la estructura social y los comunicadores (Fernández & Tardivo, 2016).

El origen de las manifestaciones en Ecuador durante el mes de octubre del 2019, fue la firma, por parte del presidente de la república del decreto 883, que permitía una liberalización del precio de los combustibles, tanto de la gasolina extra como del diésel. El anuncio por parte del presidente de la república Lenin Moreno de una serie de medidas económicas, principalmente, la eliminación de los subsidios a los combustibles, mediante una cadena nacional transmitida el día 01 de Octubre, produjo una oposición de distintos sectores sociales, como los transportistas, los pueblos y nacionalidades indígenas, los universitarios, los grupos gremiales, etc; lo que se tradujo, a partir del día 03 de octubre, en fuertes movilizaciones en distintas áreas del territorio nacional. Con el inicio de aquello, los medios de comunicación empezaron a jugar un papel preponderante, en tanto los medios radiales, escritos, televisivos y virtuales, mostraban, los hechos, que iban sucediendo y lo difundían a sus respectivas audiencias.

A decir de Chávez (2017) posterior al período presidencial de Rafael Correa 2007-2017 en el que distintos mass media denotaban tener una posición dicotómica, en cuanto a su agenda de noticias, llegó el período presidencial de Lenin Moreno, que inicialmente, llegó al poder de la mano del partido del ex presidente Correa Alianza País, y quien prometía una continuidad del proyecto político; no obstante, con el pasar de los meses, el proyecto político y el manejo de la economía, se iban distanciando de lo efectuado por su antecesor (Telesur, 2017). Es ahí, cuando distintos medios de comunicación de masas, en especial del espectro televisivo, se fueron alineando exclusivamente a la visión del gobierno, y cuando se perdió esa contraposición de lo difundido, en el contenido multimedia durante el período 2007-2017. Esto se puede clarificar, partiendo del hecho de que Rafael Correa como primer mandatario, denunció y censuró a diversos medios de comunicación poderosos del Ecuador, como diario El Universo, o justamente Teleamazonas (La

Vanguardia, 2017). Es ahí cuando se entiende que durante ese período presidencial, los mass media privados, fueron contrarios a los lineamientos del expresidente Correa y por tanto, existió esa contraposición en los medios de comunicación televisivos nacionales, la cual se perdió en el período presidencial del presidente Moreno. Es por esta razón que resultó imperativo el escoger a RT como unidad de análisis para nuestra investigación. Partiendo de aquello, con los sucesos de las manifestaciones de octubre, tanto medios nacionales como internacionales transmitían los acontecimientos de las protestas en Ecuador, y uno de los medios internacionales más relevantes, fue RT en su versión en español. Este medio de comunicación público de Rusia, relató los acontecimientos desde una agenda contraria, al medio privado nacional Teleamazonas. Al tomar la presente investigación como unidades de análisis comparativo, al medio nacional Teleamazonas y al medio internacional RT, que cabe recalcar, se tratan de medios televisivos que usan las redes sociales como un canal para llegar a sus audiencias, se logró una contraposición de la información, puesto que se compararon los discursos de los usuarios en las publicaciones de Teleamazonas en Facebook, con los discursos de los usuarios en las publicaciones de RT en Facebook. En este sentido, el problema central de esta investigación fue determinar mediante un estudio comparativo, la credibilidad de las publicaciones de Teleamazonas y RT, que tienen agendas contrapuestas, sobre las masas de usuarios en Facebook, a partir de un estudio de sus discursos, en el contexto de las protestas de octubre del 2019, en tanto los mass media, según gran cantidad de intelectuales como Chomsky (s.f.) se constituyen como medios para alinear y encapsular al público, en base a sus intereses y a su agenda. Durante el proceso investigativo, se tomaron las teorías principalmente de Chomsky, Castells y Habermas; y teorías de la sociología de la comunicación como la teoría de la Agenda Setting y la teoría de los Efectos, con las cuales se procedió con una reflexión de ellas, y se las relacionó con los acontecimientos de octubre en Ecuador.

Profundizando en la relevancia social del presente trabajo de titulación, y tomando en cuenta que los medios de comunicación no son entes imparciales ni objetivos en cuanto a su accionar comunicativo, es sustancial que las masas de

individuos, en espacios tanto virtuales como físicos, entiendan del poder que ejercen los mass media sobre la ciudadanía en general porque esto permite, que los ciudadanos se conviertan en sujetos sociales críticos, reflexivos, conscientes, activos y con agencia de cambio, y no simplemente, masas inertes, pasivas, sumisas y reticentes al cambio ante el poder político-económico y político-ideológico, en sucesos coyunturales de carácter social, económico y político, como lo fueron las manifestaciones de octubre del 2019.

En definitiva, esta investigación busca tener un impacto social positivo al fin de la misma, en el sentido de que el público conocerá la credibilidad de las publicaciones de los mass media RT y Teleamazonas sobre su audiencia, en el contexto de las manifestaciones ocurridas en Ecuador desde el 03 al 13 de Octubre del 2019, teniendo en cuenta que las protestas de octubre del 2019, se constituyen como un hecho social relevante, en el sentido de la gran cantidad de sujetos e instituciones sociales que estuvieron involucrados en la misma y que estuvieron en constante interrelación, como el Estado ecuatoriano, la policía nacional, los estudiantes universitarios, los gremios de trabajadores y del transporte, los pueblos y nacionalidades indígenas y principalmente, los mass media; por primera vez también, en un espacio nuevo, netamente virtual, como las redes sociales.

4. Preguntas y Objetivos de Investigación

4.1. Pregunta general

¿Cuál es la credibilidad de los medios de comunicación Teleamazonas y RT, en relación al discurso de los usuarios en las publicaciones de Teleamazonas y RT en Facebook, en el contexto de las manifestaciones de octubre del 2019 en Ecuador?

4.2. Preguntas específicas

1.- ¿Cuál es la posición del discurso de los usuarios, en relación a las publicaciones de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Facebook, en el contexto de las manifestaciones de octubre del 2019 en Ecuador?

2.- ¿Qué significaciones existen en el discurso de los usuarios, en cuanto a las publicaciones de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Facebook, en el contexto de las manifestaciones de octubre del 2019 en Ecuador?

3.- ¿Qué elementos semánticos constituyen el discurso de los usuarios, respecto de las publicaciones de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Facebook, en el contexto de las manifestaciones de octubre del 2019 en Ecuador?

4.3. Objetivo general

Determinar la credibilidad de los medios de comunicación Teleamazonas y RT, en relación al discurso de los usuarios en las publicaciones de Teleamazonas y RT en Facebook, en el contexto de las manifestaciones de octubre del 2019 en Ecuador.

4.4. Objetivos específicos

1.-Establecer la posición del discurso de los usuarios, en relación a las publicaciones de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Facebook, en el contexto de las manifestaciones de octubre del 2019 en Ecuador.

2.-Interpretar el discurso de los usuarios, en cuanto a las publicaciones de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Facebook, en el contexto de las manifestaciones de octubre del 2019 en Ecuador.

3.-Describir los elementos semánticos que constituyen el discurso de los usuarios, respecto de las publicaciones de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Facebook, en el contexto de las manifestaciones de octubre del 2019 en Ecuador.

CAPÍTULO I

5. Marco Teórico

La historia de los medios de comunicación se remonta a la época del imperio romano, en donde se utilizaron actas públicas que se colocaban en tablonces de madera, para comunicar acontecimientos que ocurrían en la ciudad (Mendoza, 2013). A partir de aquello, distintas revoluciones se han sucedido en la comunicación, y en la forma, en que los medios de comunicación, llegaban al público. Como revoluciones dentro del área de la comunicación, podemos citar la invención de la imprenta por Gutenberg en 1440, la publicación del primer periódico en 1605 por Carolus, el nacimiento de la TV en 1925 por Logie Baird, el surgimiento del Internet durante la segunda mitad del siglo XX (Mendoza, 2013) y la aparición de la red social virtual más popular a día de hoy, como lo es Facebook por Mark Zuckerberg en el año 2004.

Ecuador vivió un episodio de gran convulsión social, en el mes de octubre del 2019, desde el 03 al 13 de ese mes. El detonante de esa crisis, fue la firma del decreto 883, por parte del presidente Lenín Moreno, en el que se liberalizaba el precio del combustible, tanto de la gasolina extra como del diésel. Los antecedentes de aquella decisión, fue el acuerdo que suscribió el Ecuador, con el Fondo Monetario Internacional (FMI), para reducir la deuda del Estado en marzo del 2019 (Romero, 2019). Las protestas que vivió Ecuador durante esos días, fueron de una violencia inusitada, en tanto se registraron 11 fallecidos, la mayoría indígenas (Redacción Ecuavisa, 2019)

En el relato de los hechos de las protestas de octubre, los medios de comunicación tuvieron un papel preponderante, ya que estos medios fueron la fuente de información de los acontecimientos que se iban sucediendo y sobre todo, en su relación con los usuarios, detentaron algún grado de credibilidad sobre el público online. En este sentido, algunos teóricos, como Jürgen Habermas, Noam Chomsky y Manuel Castells, han estudiado la influencia, el rol, el papel, el peso, y la relación de los medios de comunicación sobre las masas (Aguado, 2004).

El filósofo estadounidense Noam Chomsky (s.f.) aclara que los medios de comunicación aplican una manipulación mediática sobre su audiencia. Chomsky cita distintas formas en que los mass media, manipulan al público, entre las que se encuentran: La estrategia de distracción, el crear problemas y ofrecer soluciones después, la estrategia de la gradualidad, la estrategia de diferir, dirigirse al público como criaturas de poca edad, utilizar el aspecto emocional más que la reflexión, mantener al público en la ignorancia y la mediocridad, estimular al público a ser complaciente con la mediocridad, reforzar la autoculpabilidad y conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen (Piñeiro, 2017).

Los mass media, por medio de la propaganda, instauran una cadena de desinformación para manipular la opinión pública, con el fin de mantener controlada a la sociedad (Chomsky, s.f.). En pleno siglo XXI, sostiene Chomsky han surgido grupos, que se resisten, a este control mediático y a sufrir de alineación, entre los cuales se encuentran los grupos ambientalistas, los grupos feministas, etc; estos grupos, se empiezan a cuestionar los valores que han ponderado en la sociedad, y que manipulan la conciencia colectiva social; a su vez que han permitido un despertar intelectual, a favor de una real democracia en libertad (Pozas, 2016).

El filósofo alemán Jürgen Habermas desarrolló la teoría de la acción comunicativa. Proveniente de la segunda generación de la escuela de Frankfurt, Habermas (1998) analizó las condiciones de la racionalidad de la acción social a partir de la interacción basada en el uso del lenguaje, apoyado en el principio de que la razón subyacente en la acción de los sujetos es una propiedad de las estructuras de comunicación, y no de los individuos (Garrido, 2011).

Al referirnos a la teoría de la acción comunicativa, Habermas define a la misma como “Aquellas interacciones mediadas lingüísticamente en que todos los participantes persiguen con sus actos de habla fines ilocucionarios y solo fines ilocucionarios” (Habermas, 1989 citado en Sánchez, 2010, p.8). Habermas (1989) diferencia dos tipos de acción orientada al éxito, la primera, la acción instrumental, en la que, se evalúa la eficacia de la intervención en un contexto de sucesos

determinados y la acción estratégica, en donde bajo elecciones racionales, se evalúa el grado de influencia sobre decisiones de un oponente (Sánchez, 2010).

Para el sociólogo español Manuel Castells (2008) el papel de los medios de comunicación a la hora de llegar a las masas, se basa en el hecho de que se constituyen como una herramienta que utilizan los políticos, con fines de alcanzar o preservar el poder. Menciona que “Los medios de comunicación de masas no son los depositarios del poder, pero en conjunto constituyen el espacio en el que se decide el poder (Castells, 2008, p.4). Señala “El poder se decide cada vez más en un espacio de comunicación multimodal. En nuestra sociedad, el poder es el poder de la comunicación” (Castells, 2008, p.1).

Durante los días de las manifestaciones, personajes políticos neoconservadores, aspiraban a que la crisis se solucione lo antes posible. En declaraciones recogidas en diario el Comercio, Guillermo Lasso (2019) líder del movimiento político Creo, manifestó que era necesario superar la crisis social y económica en el que el país se encontraba inmerso; aducía a que la forma en que Ecuador puede salir adelante, es solo con el trabajo, con emprendimientos, y no con enfrentamientos entre ecuatorianos (Redacción el Comercio, 2019). Otros actores políticos como Nebot (2019) manifestaban que todos deben unirse contra los actos vandálicos, y que es necesario impulsar un proceso de pacificación y diálogo, para superar la crisis (Paucar, 2019). Por su parte, el gobierno, al inicio se mostró firme con las decisiones tomadas, pero luego, al dimensionar la gravedad de la crisis, cedió y se abrió al diálogo, para superar la profunda crisis que Ecuador vivió durante esos días. Por otra parte, el grupo político de la Revolución Ciudadana, cuyo líder es el ex presidente Rafael Correa, los legisladores en la asamblea pertenecientes a esta agrupación política, optaban como vía de solución a la crisis del Ecuador, la destitución del presidente de la república y la convocatoria a nuevas elecciones (El Universo, 2019).

Por otra parte, como aportes a la sociología de la comunicación, Max Weber fue uno de los precursores del estudio de la comunicación en la sociología, ya que propuso la necesidad de llevar a cabo estudios de periodismo, lo cual derivó

posteriormente, en una ciencia de la comunicación pública (Fernández & Tardivo, 2016). La sociología de la comunicación investiga las relaciones entre la estructura social y el conocimiento y entre la estructura social y los comunicadores (Fernández & Tardivo, 2016). La Mass Communication Research (MCR), una subrama de la sociología de la comunicación, también conocida como investigación de los medios de comunicación masivos, se enmarca según Baratoria (2010) en el estructural-funcionalismo y en el conductismo; las investigaciones de este campo se efectúan desde el empirismo y el pragmatismo (Fernández & Tardivo, 2016). Para Harold Lasswell (1948) uno de los pioneros en teorías de la comunicación, el proceso de la comunicación cumple tres funciones: a) La vigilancia del entorno, revelando lo que puede amenazar al sistema de valores de una comunidad y su estructura; b) La puesta en relación de los consumidores de la sociedad para producir una respuesta del entorno y c) La transmisión de la herencia social (Herreros, 2016).

Sociólogos como Lazarsfield & Robert Merton (1949) añaden que la comunicación cumple también la función de entretener, y así se abre la posibilidad de que existan disfunciones en la comunicación (Herreros, 2016). Para el sociólogo italiano Giovani Sartori (1998) la televisión tiene un papel destacado dentro de los medios de comunicación en la sociedad actual; denuncia que el predominio del ver, atrofia el entender (Fernández & Tardivo, 2016). La masificación de la world wide web, dio lugar a una forma de comunicación más desterritorializada, universal, democrática y descentralizada, en la que las redes sociales, se constituyen como lugares de encuentro, debate, y opinión, en los cuales se comparte información (Fernández & Tardivo, 2016).

En pleno siglo XXI, la sociología de la comunicación sigue nutriéndose con el aporte de distintos intelectuales. Últimamente, según Mosco (2006) se han efectuado estudios que relacionan la actividad política con los medios de comunicación, en lo que se ha denominado economía política de la comunicación, la cual enfatiza en el estudio del negocio de la comunicación y en el poder de grandes grupos para impulsar sus valores y creencias (Fernández & Tardivo, 2016).

Dos de las teorías que se abarcaron como análisis en este trabajo de titulación son la teoría de la Agenda Setting y la teoría de los Efectos de los medios de comunicación. Para McCombs (2004) la teoría de la Agenda Setting, se la introdujo como una descripción y explicación de las noticias de los medios de comunicación en la opinión pública; por lo que esta teoría, estudia el papel de los medios de comunicación de masas en la formación de la opinión pública (Rodríguez, 2004). Cohen (1963) expresa: “La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente que tiene que pensar pero sí lo que tiene que decir a sus lectores sobre que tienen que pensar” (citado en Rodríguez, 2004, p.15).

El autor Walter Lippmann sostiene que: “Los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes” (Lippmann, 1922 citado en Rodríguez, 2004, p.15). Lippmann (1922) añade que, como el mundo es demasiado extenso, los medios nos cuentan cómo es ese mundo, pero el cómo nos cuentan, puede no precisamente ser real; y de esta forma, obtenemos información, que puede ser de un mundo distinto al real (Rodríguez, 2004). El estudio de la Agenda Setting es el “Estudio de los cambios sociales y de la estabilidad social” (Dearing & Rogers, 1996 citado en Rodríguez, 2004, p.16).

En relación a la teoría de los Efectos de los medios de comunicación, Bryant & Zillmann (1986) entienden a los efectos, como las consecuencias que los medios de comunicación tienen sobre el individuo y la sociedad (Gómez, 2010). Para Wolf & McQuail (2000) se entiende a los efectos como el alcance de la fuerza atribuida a los medios de comunicación, en el sentido que, se ve a los efectos como todopoderosos, limitados o mínimos, y todopoderosos bajo condiciones limitadas: Los efectos todopoderosos son inmediatos y planificados, los efectos limitados son moderados, de refuerzo y a corto plazo y los efectos todopoderosos bajo condiciones limitadas, modifican la percepción de la realidad y la forma de interactuar con ella (Gómez, 2010).

Las redes sociales virtuales, cuyo auge es reciente, se constituyen como una fuente de negocio publicitario y como un poderoso elemento de interconexión entre el público y los medios de comunicación de masas (Bedoya, 2020). Bedoya (2020)

al igual que Castells (2009) consideran que en las redes sociales, el público online puede emitir de manera más libre sus opiniones y puntos de vista, lo que para el sociólogo español significa que en redes sociales se presenta una auto comunicación de las masas (Castells, 2009). El efecto que producen las redes sociales sobre el público es que estos reciben determinado mensaje, y que el usuario capta este mensaje y lo reacomoda en base a sus propias posturas epistémicas y culturales, lo que en último término implica una gran diversidad de opiniones y puntos de vista de los usuarios respecto de algún tópico difundido en redes sociales (Bedoya, 2020). La relevancia que han cobrado las redes sociales, lo podemos evidenciar en la actual crisis sanitaria, a causa del coronavirus, en donde gran cantidad de usuarios ha visto en las redes sociales, la mejor forma de informarse y en la que ha incrementado, este nuevo tipo de interrelacionamiento entre mass media con los usuarios (Bedoya, 2020). Por otra parte, la importancia de las redes sociales en relación a las luchas sociales no debe pasar desapercibida. Para Özgür (2018) las redes sociales no son ni buenas ni malas a la hora de contribuir a alcanzar los objetivos de manifestaciones de distintos sectores sociales, toda vez que para alcanzar los fines sociales que se proponen, es imperativo no solo una libre expresión y organización en las redes sociales, sino que estos espacios sirvan para que los individuos puedan movilizarse en las calles, que es en donde ocurre la verdadera lucha social. Para Lago & Marotias (s.f.) los grandes medios pierden fuerza a la hora de querer imponer su voluntad política a los individuos, en tanto los usuarios pueden divulgar sus propias ideas y producir su propia información. Para Pérez, Camacho & Arroyo (2014) las redes sociales actualmente son herramientas por las cuales los movimientos sociales manifiestan nuevos mecanismos de lucha, por ejemplo las social media han permitido una mayor ramificación de los colectivos sociales; también que las relaciones entre los sujetos sociales sean más horizontales, de forma tal que se rompen los clásicos esquemas piramidales, verticales, entre los sujetos con poder, y los sujetos receptores de ese poder; han permitido que se presente una masificación de las causas sociales, un mayor nivel y poder de organización, entre otras. Es decir, las redes sociales permiten que las causas y las demandas sociales se activen y se

dinamicen, frente a las nuevas posibilidades que tienen los usuarios, para manifestar sus demandas y requerimientos, en base a las distintas coyunturas sociales (Pérez et al., 2014).

Tras revisar de manera muy general el aporte de estos tres teóricos, de teorías sociológicas de la comunicación y del papel de las redes sociales en su relación entre medios de comunicación de masas con usuarios, lo que se pretende con este trabajo de investigación, es profundizar y realizar un estudio, de la credibilidad que tuvieron los mass media Teleamazonas y RT, a partir del discurso de las masas de usuarios virtuales en Facebook, en el contexto de las protestas acontecidas en Ecuador, relacionándolas con las teorías de estos tres autores, y con teorías de la sociología de la comunicación, para llegar a conclusiones profundas, del real peso mediático que tuvieron Teleamazonas y RT sobre el discurso de los usuarios. Para esto, a continuación, presentamos el aporte mucho más detallado de cada uno de estos autores y las teorías de la comunicación, relacionando estos aportes con el fenómeno, la interacción de Teleamazonas y RT con los usuarios a partir de las publicaciones de estos medios en Facebook y el contexto de nuestra investigación, las protestas de octubre del 2019 en Ecuador.

5.1. El control de los Medios de Comunicación: Teorías de manipulación mediática de Noam Chomsky

En su libro *“Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media”*, traducido al español como *Los Guardianes de la libertad*, el sociólogo estadounidense Noam Chomsky (1990) advierte que los medios de comunicación funcionan en base a un sistema de propaganda para suplir sus intereses. Chomsky (1990) señala: “Quienes ostentan el poder tienen capacidad para fijar los términos del discurso, para decidir qué es lo que el público en general puede ver, oír y pensar, y para dirigir la opinión pública por medio de campañas de propaganda regulares” (p.12). Plantea que existe un sistema de mercado dirigido, a manos del gobierno y de los propietarios de los grandes medios de comunicación (Chomsky, 1990).

Asimismo, señala que los Mass Media, al emitir propaganda, no revelan sus verdaderas intenciones al público, sino que camuflan sus verdaderos objetivos; en

la era de la comunicación, se manifiesta una lucha de clases, entre los propietarios de los medios y el público, por lo que se produce un monopolio de los mass media para servir a sus intereses (Chomsky, 1990).

Chomsky (1990) evidencia que son grandes empresas, con grandes fortunas, las propietarias de los medios de comunicación de masas, y que la información divulgada esta bajo el control de pocas manos; así también, los mass media dependen del apoyo político del gobierno. Por otra parte, Chomsky sostiene que los grandes medios de comunicación tratan de defender su propiedad, por lo que muchos mass media fragmentan a los movimientos obreros y de izquierda, ejerciendo así un mecanismo de control político (Chomsky, 1990).

Chomsky (1990) plantea que “las noticias procedentes de las fuentes principales del establishment satisfacen las máximas exigencias de los filtros y son rápidamente adaptadas por los medios de comunicación” (p.71). De esta manera, los mensajes de los grupos disidentes con el poder, de los extranjeros, quedan relegados porque no concuerda con la ideología de los guardianes y de partidos políticos poderosos (Chomsky, 1990).

Por otra parte, Chomsky (1990) señala que los medios de comunicación velan por los intereses de la élite política y económica. El relato de los medios de comunicación dependerá en gran medida de su ideología; por ejemplo, si un medio es de derecha, criminalizará todo acto polémico que venga de la izquierda, pero si ese mismo acto polémico viene desde alguien de derecha, estos medios o bien minimizan el hecho, o bien callan en su información.

Chomsky (1990) recogiendo los aportes del filósofo Walter Lippmann en su obra “*Public Opinion*” (1922) argumenta que en efecto, existen tres clases distintas en nuestra sociedad en el marco de los medios de comunicación de masas: Los dueños de la sociedad, la clase especializada y el rebaño desconcertado. Los dueños de la sociedad lo constituyen la élite empresarial que maneja a los medios de comunicación y las finanzas del mundo globalizado, la clase especializada son los letrados, los que están en la función ejecutiva y los medios de comunicación en

sí y finalmente, el rebaño desconcertado, son la gran masa de individuos, que sigue a los medios de comunicación. La relación estructural entre estas clases se produce mediante la manufactura del consenso; es decir, la clase especializada trata de lograr un consenso u aceptación de parte del rebaño desconcertado mediante un sistema de propaganda, y este es desconcertado porque no se cuestiona sobre los designios de los dueños de la sociedad, simplemente obedece y cree las narraciones que provienen de la clase especializada. En el momento en que el rebaño se empieza a cuestionar sobre los mensajes de la clase especializada, esto supondría un serio peligro para estos, porque no se estaría logrando un consenso y por tanto, el rebaño obtendría un sentido crítico y rebelde sobre lo que sucede a su alrededor, y esto es algo no deseable para los dueños de la sociedad y la clase especializada, en tanto estos perderían aceptación y legitimidad ante sus acciones, lo que eliminaría todo consenso, y por tanto, puede provocar una amplia participación del rebaño en contra del dominio de la clase especializada (Chomsky, 1990).

En resumen, el aporte de Chomsky sobre el papel que juegan los medios de comunicación de masas en su obra los guardianes de la libertad (1990) es que

El modelo de propaganda deja entrever que el propósito social de los medios de comunicación es el de inculcar y defender el orden del día económico, social y político de los grupos privilegiados que dominan el Estado y la sociedad del país. (Chomsky, 1990, p.341)

Todo esto lo logran mediante varias estratagemas comunicativas, por ejemplo, son los medios los que deciden que aparece y que no, por medio de la selección de temas; aparte de otras estrategias, como la distribución de intereses, la articulación de las narrativas, el énfasis de determinada información y el filtrado de la misma (Chomsky, 1990). Con todo esto, los mass media logran tener una fuerte credibilidad sobre el público, ya que con una alta credibilidad, pueden legitimar su proceder.

Los mass media según Chomsky (1990) procuran llegar al consenso entre las élites; en esta línea, los medios privados son grandes empresas que venden un producto a los lectores y audiencias; el personal que trabaja en los medios de comunicación es adaptado o moldeable en base a las exigencias del sistema.

En definitiva, los mass media son instituciones ideológicas poderosas y efectivas que mediante un sistema de propaganda, se constituyen como una fuerza que apoya al sistema capitalista dependiendo de las fuerzas del mercado, la autocensura y los supuestos interiorizados; no obstante, el poder que ejercen los medios de comunicación sobre las masas no es enorme y los grandes medios no deben ser vistos como todopoderosos, porque ha existido un despertar en la conciencia ciudadana que cuestionan las ideas y lineamientos que los medios tratan de adherir a las masas, como ejemplo de este despertar en la audiencia son los cuestionamientos ciudadanos a la guerra de Vietnam (Chomsky, 1990) o a la incursión norteamericana en Afganistán.

5.2. La Acción Comunicativa en la relación entre Medios de Comunicación e individuos

Uno de los principales aportes del sociólogo alemán Jürgen Habermas es la teoría de la Acción Comunicativa. Las ideas esenciales de esta teoría para el sociólogo Garrido (2011) recogiendo los aportes de Habermas en su obra Teorías de la Acción Comunicativa (1999) es que la acción comunicativa es una parte de la acción social, por lo que los mass media forman las imágenes del mundo de los individuos, la dinámica de la comunicación define la producción y reproducción cultural, la identidad personal y la integración social, la acción comunicativa está mediada mediante símbolos y responde a ideas de reconocimiento compartido.

Habermas (1999) recogiendo los aportes de Austin en su obra "*How to do things with words*" (1962) distingue entre actos del habla locucionarios, ilocucionarios y perlocucionarios. Los actos locucionarios se refieren al acto de decir, de hablar; los actos ilocucionarios son aquellos que conllevan una acción al expresar algo y por último, los actos perlocucionarios, son los que usan los medios de comunicación de masas para lograr sus fines en tanto, los actos perlocucionarios

se refieren a cuando el agente comunicador, a través de su discurso, busca direccionar la acción de los agentes pasivos de la comunicación, o quienes escuchan el mensaje, dependiendo de los contextos (Garrido, 2011). Los actos perlocucionarios a su vez se dividen en acciones orientadas al éxito y acciones orientadas al entendimiento. La acción orientada al entendimiento se produce entre pares iguales, en la cual hay un pleno acuerdo de entendimiento comunicativo e interactivo entre el emisor y el receptor del mensaje; es decir, hablamos de una comunicación transparente; de forma que, la acción orientada al éxito es el tipo de acción utilizada por los grandes medios de comunicación en la actualidad. La acción orientada al éxito consiste en la instrumentalización de los sujetos para lograr un fin determinado; aunque este fin puede no exponerse o hacerse explícito frente al sujeto instrumentalizado; en este sentido, los actos del habla son usados para moldear, manipular e influenciar en el comportamiento del público oyente (Sánchez, 2010).

Para que un acto comunicativo de los medios de comunicación puede imbricarse dentro de la teoría de Habermas debe buscar únicamente el entendimiento y que sus pretensiones de verdad sean susceptibles de crítica (Sánchez, 2010). Por otra parte, si partimos de que para Habermas (1999) la acción comunicativa se desarrolla únicamente cuando los actos son ilocucionarios; debemos entender que debe existir una *sindéresis* entre determinado acto ilocucionario y su efecto perlocucionario; para esto, el acto perlocucionario debe estar orientado al entendimiento, de esta manera, existirá una congruencia entre lo que se dice, y lo que se hace; así se estaría llegando a un acto ilocucionario real, en el que, las acciones comunicativas que se realizan, proceden de lo expresado. Es decir, no hay intenciones ocultas o implícitas, en el discurso que se emite, ni ninguna instrumentalización, en los efectos de esta acción comunicativa.

Para Díaz (2020) en la teoría de la acción comunicativa los enunciados deben ser socialmente significativos, y esta acción puede ser fuerte o débil. Para que la acción sea fuerte debe estar dotada de sinceridad, verdad y rectitud; en tanto que

una acción comunicativa débil o falsa acción comunicativa carece de uno o más de estos componentes (Díaz, 2020).

Habermas (1999) en su obra explica también que en este mundo de la acción comunicativa, entra en juego el mundo de la vida, que es el mundo interior del individuo, el cual se refiere a la racionalidad del ser, a sus ideas, percepciones y paradigmas; y los sistemas sociales, que se refiere a lo externo al individuo, a una racionalidad instrumental del sistema capitalista, en la cual, estos sistemas, influyen en el mundo de la vida y por tanto, en la racionalidad de los individuos. Es decir, cuando se produce este cambio en el mundo de la vida, estamos hablando de una acción comunicativa débil, que a su vez es una acción con fines perlocucionarios, la cual tiene como fin instrumentalizar a los sujetos sociales; es una acción comunicativa funcionalista y pragmática, y es así como se produce lo que Adorno denomina la razón instrumental, lo que en última instancia se relaciona con el poder (Habermas, 1999). Lo opuesto a esto, es una real acción comunicativa, una acción comunicativa fuerte, en la que no influyan los sistemas sociales sobre el mundo de la vida, se conforma así una acción con fines ilocucionarios, es decir, que no busquen los emisores obtener algo con su acción, sino que sea una comunicación cuyo fin sea la comprensión, el entendimiento y que se de en un marco de debate, consenso y claridad (Habermas, 1999).

En definitiva, trayendo los principales aportes de Habermas (1999) si un medio de comunicación de masas actúa con objetividad, neutralidad e imparcialidad, y sí no esconde elementos implícitos en su discurso, ejercería una acción comunicativa en el sentido pleno de la palabra; pero si un mass media es parcial, no neutral y con sesgo, y si no todo lo que emite es explícito, ejercería una falsa acción comunicativa, ya que estaría instrumentalizando a los sujetos sociales y tendrían estos medios un fin oculto que no lo harían explícito. Es decir, Habermas con su teoría de la acción comunicativa, planteó una teoría óptima, deseable, en tanto, la racionalidad del sujeto no se vería moldeada por el sistema capitalista externo y no se daría una instrumentalización de la racionalidad; el sujeto sería libre, racional, emancipado y no enajenado.

5.3. Medios de Comunicación y Política: Un análisis a partir de los estudios de Manuel Castells

La obra *Comunicación y Poder* (2009) del sociólogo español Manuel Castells, se toma como base para un análisis profundo de la relación existente entre Medios de Comunicación y Política, y como ello, repercute en los discursos y el imaginario de los usuarios.

Para Castells (2009) “El poder se basa en el control de la comunicación y la información, ya sea el macro poder del estado y de los grupos de comunicación o el micropoder de todo tipo de organizaciones” (p.23). Efectivamente Castells (2009) afirma que el poder sobre los medios de comunicación es parte de las relaciones sociales de los distintos sujetos en la sociedad, y que al igual que existe un poder hegemónico, un contrapoder puede hacer frente para romper el control establecido sobre los medios de comunicación.

Una de las formas de ejercer el poder es modelando la mente de los individuos, para que quienes ostentan el poder, puedan gozar de cierta legitimidad en su accionar, ante los sujetos sociales (Castells, 2009). Señala: “El proceso de comunicación influye decisivamente en la forma de construir y desafiar las relaciones de poder en todos los campos de las prácticas sociales, incluida la práctica política” (Castells, 2009, p.24).

Para Castells (2009) en la Sociedad Red, en la cual la comunicación se da a un nivel global, los procesos de comunicación se manifiestan en los medios de comunicación multimodales y en las redes de comunicación interactivas; y en donde el poder, funciona actuando sobre la mente mediante los mensajes, construyéndose así relaciones de poder a través de los procesos de comunicación.

En la comunicación contemporánea, el Estado ejerce el poder sobre redes de comunicación mediante mensajes, y ciertos individuos, como organizaciones sociales, ejercen un contrapoder, que trata de romper la estructura imperante de poder, gracias a procesos de auto comunicación (Castells, 2009).

Partiendo del concepto de sociedad red, que para Castells (2009) es “Aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basada en la electrónica” (p.51) los medios de comunicación funcionan como negocios, en la que la rentabilidad como base de poder es el fin último de los medios de comunicación.

Castells (2009) diferencia entre cuatro tipos distintos de poder en la sociedad red: Poder de conectar en red, poder de la red, poder en red y poder para crear redes. Así también define el poder como “La capacidad relacional para imponer la voluntad de un actor sobre la de otro sobre la base de la capacidad estructural de dominación integrada en las instituciones de la sociedad” (Castells, 2009, p.33). Partiendo de este concepto, los grandes grupos élite empresariales ejercen un poder sobre los gobiernos, de manera que estos negocian con los medios de comunicación para imponer el mandato de estos grupos de la sociedad con gran poder, sobre la ciudadanía; el poder gobierna mientras que el contrapoder, ejercido por organizaciones sociales, combate (Castells, 2009).

Castells (2009) concluye “El poder se ejerce fundamentalmente construyendo significados en la mente humana mediante los procesos de comunicación que tienen lugar en las redes sociales multimedia globales-locales de comunicación de masas, incluida la auto comunicación de masas” (p.535).

En resumen, la principal idea que Castells (2009) transmite en su obra Comunicación y Poder es que en la sociedad red se manifiesta una lucha entre quienes ostentan el poder y quienes carecen de ese poder: Quienes ostentan el poder es quien tiene la capacidad de programar y reprogramar redes, y estos son las redes empresariales globales, es decir, los grandes grupos empresariales que buscan influenciar en los sectores sociales mediante los medios de comunicación con el fin de obtener más capital económico y cultural; de otra parte, quienes carecen de ese poder son los grupos sociales que luchan contra la hegemonía comunicativa prevaleciente en el mundo capitalista, en este caso, los grupos ambientalistas, indígenas, etc. Estos grupos ejercen un contrapoder gracias a las facilidades que ofrece la sociedad red para la auto comunicación de masas, en

donde expresan sus sentires y demandas; no obstante, el poder empresarial es ejercido globalmente y la lucha contrahegemónica es local, por lo que la balanza es desigual. (Castells, 2009). El eje político entra en juego en esta dinámica, al momento de que el Estado se asocia con estos grupos élite empresariales, para producir y reproducir una agenda común, que beneficie a las partes (Castells, 2009). Adicionalmente, en momentos en que se dan campañas políticas, el contubernio se da en términos de lograr posiciones de poder que consoliden el capital económico y político, tanto de los políticos como de los grupos empresariales, esto se logra con lo que Castells (2009) denomina la política mediática. Otro punto no menos relevante es que quienes transmiten el mensaje y que forman parte de la red de los medios de comunicación, pueden hacerlo bajo una autocensura, puesto que los grandes dueños empresariales de los medios de comunicación, imponen los marcos del mensaje que debe ser transmitido (Castells, 2009).

En definitiva, para Castells (2009) los grandes grupos empresariales globales a través de los medios de comunicación de masas, influyen sobre los individuos moldeando su mente, a través del uso de mecanismos como el establecimiento de la agenda, la priorización narrativa y el enmarcado del mensaje; esto lo hacen con el fin de prevalecer en su poder y aumentar su capital político y económico en alianza con el Estado y los grupos políticos en el poder. Para lograr legitimidad en sus acciones, el público debe aceptar lo que el Estado efectúa; y para ello, se hace necesario jugar con sus emociones y moldear sus pensamientos; pero en la globalización en red actual, el público, mediante organizaciones sociales, tratan de romper con ese poder y gracias a las facilidades de la comunicación en internet, emiten sus necesidades y se muestran rebeldes ante los poderes capitalistas, por lo que se manifiesta una lucha encubierta entre el poder (Elite empresarial) y el contrapoder (organizaciones sociales); pero en definitiva, la lucha es desproporcional y los medios de comunicación cambian su agenda, su priorización y su enmarcado, dependiendo de los contextos culturales y sociales particulares, y acomodan sus estrategias para que el Estado siga gozando de legitimidad y que esta no tambalee, que es cuando se dan los procesos de revolución (Castells, 2009).

5.4. Teorías de la Sociología de la Comunicación: La Agenda Setting y Los Efectos de los Medios de Comunicación

A partir del siglo XX, diversos estudios sobre medios de comunicación en el campo de la sociología de la comunicación desde la academia, se han efectuado. En este apartado trataremos a profundidad los aportes de la teoría de la Agenda Setting y la teoría de los Efectos de los medios de comunicación.

La teoría de la Agenda Setting surgió y se construyó en los Estados Unidos durante la segunda mitad del siglo XX. Sus principales intelectuales son los teóricos Donald Shaw, Maxwell McCombs y Bernard Cohen.

Esta teoría para Rodríguez (2004) “Estudia como los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia” (p.15). Es decir, los acontecimientos o hechos que estarán en la opinión pública es la agenda de los medios de comunicación (Rodríguez, 2004).

Los medios de comunicación cuentan en su haber o seleccionan de alguna manera el índice de temas resaltados, temas o índices que serán traspasados por la agenda de los medios a la agenda del público. Su nombre metafórico proviene de la noción de que los mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad. (McCombs, 1996 citado en Rodríguez, 2004, p.16)

Es así que la Agenda Setting, no sólo se refiere a la agenda de los mass media, sino también a su relación con la agenda pública y con la agenda política; la agenda de los medios son los temas en sí de los medios, la agenda pública es la influencia de la agenda de los mass media sobre la opinión del público y la agenda política se centra en los grupos políticos y su interacción con los temas de la agenda de los mass media, y por tanto, con la agenda pública; mientras un tema sea más cubierto para la agenda de los mass media, más importancia lo dará la agenda pública (Rodríguez, 2004).

Para Dearing & Rogers (1996) la agenda política tiene más poder e influencia en los contenidos de las agendas de los mass media y del público (Rodríguez,

2004). Adicionalmente, la Agenda Setting no únicamente nos brinda información a través de los mass media, sino que guían nuestras creencias, nuestras experiencias y nuestra realidad (Rodríguez, 2004).

A principios del siglo XX, se tenía la concepción de que los medios de comunicación tenían gran poder, que tenían una influencia directa y rotunda sobre el público bajo un modelo de estímulo-respuesta; luego entre los años 40s hasta los 60s se consideró que los medios tenían una influencia limitada sobre las opiniones, y por tanto no eran vistos con un gran poder como en los años anteriores; y desde los años 70s hasta la actualidad, se ve a los medios de comunicación con un nuevo poder, con mayor influencia que en la etapa anterior (Rodríguez, 2004).

Respecto de la agenda política, McCombs & Saw (1972) citado en Hernández (2004) señalan que: “Son los medios quienes construyen la imagen pública de los candidatos y muestran a la gente que y como pensar al respecto” (p.25). Por otra parte, no todo el público es igual de moldeable, puesto que influyen factores como el conocimiento o desconocimiento del tema y el grado de interés que exista sobre el tema, en este sentido, mientras un individuo tenga más conocimiento de un tema es menos influenciable porque es un sujeto social más crítico y mientras menos tenga interés en un tema, es también menos influenciable vía comunicación de los mass media (Rodríguez, 2014). Cohen afirma: “Puede ser que la prensa no tenga mucho éxito en indicar a la gente que pensar, pero tiene un éxito sorprendente en decirles a sus lectores sobre que pensar” (Cohen, 1963 citado en Rodríguez, 2004). Rodríguez (2004) añade que los mass media son los contextualizadores de la realidad y esta realidad la enmarcan dentro de una situación planteada por ellos, logrando así moldear o modificar lo que piensa la gente, lo que en última instancia significa dirigir la opinión pública. Dos características están presentes en la Agenda Setting, la primera es el “*priming*” que se refiere a la preparación de los temas que serán parte de la agenda y el segundo es el “*farming*” que tiene que ver con los marcos o el enmarcado que se da a los distintos temas de la agenda (Rodríguez, 2004).

En definitiva, lo principal de la teoría de la Agenda Setting es que esta selecciona los temas que los mass media posicionan en una escala de importancia para el público; de esta manera buscan influir sobre lo que el público opina y piensa, aunque la influencia puede verse diferenciada por factores como el conocimiento del tema y el interés que exista sobre el mismo, teniendo en cuenta que la política siempre tendrá un peso sobre los mass media. Bajo esta teoría, mientras más influencia tenga un medio, más credibilidad tendrá, y por el contrario, mientras menos influencia posea, menos credibilidad tendrá.

Como segunda teoría de la influencia de los medios de comunicación de masas sobre el público, detallaremos la teoría de los Efectos de los medios de comunicación.

La teoría de los Efectos es definida como “el impacto social, cultural y psicológico que sufren los individuos por la comunicación de los Mass Media” (Bryant & Zillmann, 1986 citado en Gómez, 2010, p.14).

En un primer período, desde finales del siglo XIX hasta la finalización de la segunda guerra mundial, los efectos fueron vistos como todopoderosos; en esta etapa, el modelo de comunicación imperante fue el de la teoría de la aguja hipodérmica de Harold Lasswell (1927) esta teoría señala que el poder de los medios de comunicación es supremo, total y homogéneo, y que las masas de individuos quedan incapacitadas para escapar de la excesiva influencia de los Mass Media (Gómez, 2010). Gómez (2010) relata que esta fase imperó especialmente en el período de entreguerras, período en el cual, se dio un ascenso del nacionalismo alemán y del fascismo italiano. En efecto, uno de los mayores ejemplos de este poder supremo de los medios de comunicación, es la propaganda nazi a cargo del ministro Joseph Goebbels, en la cual, los medios de comunicación nazis lograron moldear el pensamiento y la conciencia del público, mediante un sistema de propaganda a gran escala.

Posterior a esta fase, emergió el paradigma de los Efectos Limitados de los mass media desde los 50s hasta los 70s del siglo XX; aquí según Merton (1987) los

mass media perdieron su status de todopoderosos y no logran una alta persuasión sobre los individuos; esta teoría funciona bajo el paradigma funcionalista (Gómez, 2010). En los efectos limitados, para Festinger (1957) los individuos tienen más poder, consciente e inconsciente ante los medios de comunicación de masas, gracias a cuestiones como la disonancia cognitiva (Gómez, 2010). Los individuos tienen el poder de decidir que ver y que no, que seguir y que no, y por tanto, los mass media perdieron ese poder homogéneo que tuvieron en el período de las entreguerras (Gómez, 2010). Como ejemplo de este período, esta la guerra de Vietnam, en la que distintos ciudadanos estadounidenses, cuestionaron al gobierno por emprender acciones bélicas en territorio vietnamita y en la que los efectos que esperaba el gobierno sobre los individuos no fueron los esperados sino más bien limitados.

Como tercera fase tenemos a los efectos poderosos bajo condiciones limitadas que rigió entre la década de los 70s hasta los 90s. En esta fase los medios se reinventan para lograr un mayor peso mediático sobre el público, gracias a la masificación del uso de la televisión, estos efectos se logran gracias a técnicas como la priorización de los temas y el enmarcado de la información; con la televisión, se estructura una reproducción ideológica, que el sujeto, de a poco lo va interiorizando (Gómez, 2010). Uno de los paradigmas vigentes en esta fase es el de la espiral del silencio de Noelle Neumann (1995) la cual indica que los medios de comunicación construyen los discursos que han de ser aceptados por la sociedad, de forma que los medios de comunicación legitiman acciones, que se consolidan en la opinión pública (Gómez, 2010). Como ejemplo de esta tercera fase, tenemos la propaganda que se emitió a finales de la guerra fría hasta la desintegración de la URSS, en la que se exaltaba el éxito del modelo capitalista, en contra del derrotado modelo comunista, y que el sistema capitalista era el único sistema factible y de éxito en el mundo contemporáneo de la globalización.

La cuarta y última etapa de la teoría de los Efectos va desde los 90s hasta la actualidad y se la denomina Influencia mediática negociada, en la que según McQuail (2000) los medios de comunicación y sus efectos se centran en la

construcción que estos hacen a los significados, y como el público incorpora o no estos significados a sus propias nociones y estructuras de significados individuales (Gómez, 2010). De esta manera para McQuail (2000) tanto los mass media, como el público, tienen poder, y en esta interacción, se produce una especie de negociación entre las partes; es así que en la actualidad, muchos medios de comunicación han perdido credibilidad, a la vez que los individuos piensan distinto a lo que promulgan los mass media, manifestándose un discurso muchas veces divergente entre lo que emiten los medios de comunicación, en relación con el discurso de los individuos (Gómez, 2010).

Como ejemplo de esta cuarta fase de la teoría de los efectos, tenemos a la guerra en Siria (2011-Actualidad). En esta guerra, gracias al auge de las redes sociales como Instagram, YouTube o Facebook, los medios de comunicación de masas cubrían los acontecimientos de lo que acontecía en esa guerra, mostrando gran cantidad de medios, una postura en contra del presidente Bashar Al Assad y a favor de la política internacional que llevaba a cabo USA en esa región; no obstante, gracias a estos nuevos canales de comunicación, gran cantidad de cibernautas se mostraron críticos y en contra de los lineamientos de estos medios, mostrándose reflexivos sobre lo que sucedía con el conflicto bélico en Siria.

5.5. Teorías traídas a nuestro contexto: Las protestas de octubre del 2019

Tras profundizar en los planteamientos de Noam Chomsky, Jürgen Habermas, Manuel Castells y de las teorías de los Efectos y la Agenda Setting, traeremos sus aportes a nuestro análisis de caso:

Los medios de comunicación RT y Teleamazonas detentaron un poder en el contexto de las manifestaciones de octubre. Cada medio trató de convencer mediante sus publicaciones, de que sus relatos y narraciones gozaban de credibilidad y profesionalidad. Las noticias que difundieron tuvieron un sesgo distinto y la estructura de sus narraciones difirió también; así como la priorización de los temas que difundían, por lo que su agenda fue opuesta. Como ya se corroboró, debemos partir del hecho de que tanto RT y Teleamazonas pertenecen

a grandes grupos de poder, a grandes empresarios; y estos grupos, de uno u otra manera quieren establecer una agenda en base a sus intereses para su público. Si compilamos los aportes de Chomsky y Castells, así como de las teorías de la Agenda Setting y de los Efectos, se coincide en el hecho de que los medios de comunicación tienen un poder para influenciar sobre sus audiencias, pero este poder es más bien limitado y mínimo, ya que las masas de individuos se encuentran en la capacidad de elegir a que medio seguir, a que medio creer; y que ha existido un despertar en los individuos, a la hora de cuestionarse sobre los discursos y narraciones provenientes de los medios de comunicación de masas, de manera que la credibilidad de estos medios es cuestionada por los sujetos sociales. En cuanto a Habermas, se trajo su teoría de la acción comunicativa a nuestro objeto de análisis, ya que él no habla directamente de los medios de comunicación de masas, pero la estructura teórica de la acción comunicativa, tiene una relación directa con el ejercicio de los mass media.

En nuestro análisis de caso tenemos por un lado, a los agentes emisores de la información, que son los mass media Telem Amazonas y RT, por otra parte tenemos al canal o puente de la comunicación, que en nuestro caso es la plataforma virtual Facebook y finalmente como agentes receptores de la información, tenemos a los usuarios de Facebook, que comentan en los perfiles de Telem Amazonas y RT. Así también Facebook se constituye como una red en la que interactúan distintos actores. Las publicaciones que se efectúan en Facebook se constituyen como nodos de la red, ya que conectan al emisor con el receptor. La auto comunicación de los individuos en la red Facebook es una realidad, ya que pueden expresar sus opiniones, comentarios, percepciones, etc.

A partir de esta explicación, posteriormente en los resultados, pasaremos a refutar o no las teorías anteriormente expuestas, y determinar si continúan vigentes y son aplicables a nuestro contexto y a nuestras unidades de análisis, a partir de la contestación de las preguntas de investigación y de la resolución de los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO II

6. Diseño Metodológico

El enfoque a utilizarse en esta investigación es el enfoque cualitativo, en tanto se utilizaron técnicas netamente cualitativas para determinar la credibilidad de los medios de comunicación Teleamazonas y RT sobre el público en Facebook, como la observación en un entorno online, el mapeo de discursos, el análisis de contenido y el análisis del discurso cualitativo.

El diseño metodológico es el Análisis de Caso. El caso elegido lo constituyeron las publicaciones de los canales Teleamazonas y RT en Facebook. Si partimos del concepto de Yin (1989) en donde expresa que los estudios de caso “Son una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, cuando las fronteras entre el fenómeno y el contexto no son evidentes, y en la que se utilizan múltiples fuentes de evidencia” (citado en Bonache, 1998, p.125) tendremos que el fenómeno en este caso, es la interacción entre Teleamazonas y RT con los usuarios, a partir de las publicaciones de estos mass media en Facebook en el contexto de las manifestaciones ocurridas en Ecuador en el mes de octubre del 2019. La interacción se traduce en el discurso de los usuarios, en cada una de las publicaciones de los medios en Facebook. Por tanto, se constituye como un fenómeno reciente, y el contexto, es todo lo que involucró a las manifestaciones de principios de octubre, es decir, los antecedentes, las causas de las protestas, los actores e instituciones involucradas, el desarrollo y los efectos de la misma.

6.1. Tipo de Investigación

El tipo de estudio de caso para la presente investigación es el simple incrustado. Simple, en tanto se estudió un solo contexto, que son las manifestaciones ocurridas en Ecuador desde el 03 al 13 de octubre del 2019, e incrustado, puesto que se escogieron a dos medios de comunicación dentro del espectro televisivo de los mass media, como son: Teleamazonas y RT, en cuanto a la credibilidad que tienen para el público, dentro del espacio de los social media, específicamente de la red social Facebook, en cuanto a las protestas de octubre.

El nivel de investigación es descriptivo, porque el fin fue determinar la credibilidad de las publicaciones de los canales Telem Amazonas y de RT para el público de Facebook, mediante el abordaje del contenido de sus publicaciones; es decir, del discurso de los usuarios, en el contexto de las protestas de octubre, entendiendo las opiniones, los comentarios, las percepciones, en definitiva, el imaginario de los usuarios, que directamente están en interacción, con los mass media: RT y Telem Amazonas.

6.2. Método de Investigación

Como ya se manifestó, la presente investigación se efectuó como un análisis de caso, con técnicas cualitativas como la observación, el mapeo de discursos, el análisis de contenido y el análisis del discurso. Siendo la interacción entre los medios de comunicación con los usuarios en Facebook el fenómeno de la investigación en el contexto de las protestas de octubre del 2019, el presente análisis de caso se presenta como un evento actual y contemporáneo, en el que los límites entre el contexto y el fenómeno, no son claros. Las manifestaciones de octubre así también, se constituyen como un acontecimiento de coyuntura, en el cual, los medios de comunicación tuvieron un accionar único, y sobre todo en la que gran cantidad de usuarios publicaron en distintos espacios virtuales, emitiendo sus puntos de vista, percepciones, opiniones, comentarios, etc; respecto de las noticias en base a ese acontecimiento eminentemente político. Por otra parte, este estudio de caso se constituye como un hecho único, desde un punto de vista histórico, en tanto las manifestaciones de octubre, se establecen como un acontecimiento nuevo, en el sentido en que fue la primera manifestación nacional de gran escala, en la cual participaron distintos actores sociales, luego del período presidencial del expresidente Rafael Correa, en la que se produjo una criminalización de la protesta social (Duchitanga, 2018). Por tanto visto de esta manera, si entendemos que durante el período del expresidente Correa, se produjo una criminalización de la protesta social y que las redes sociales, específicamente Facebook, tuvo su auge a nivel mundial a partir del 2007, puesto que recién en Febrero del 2008, Facebook contó con una versión de su plataforma en español (El País, 2008) podemos indicar que las protestas de octubre son un acontecimiento único porque es la primera vez,

en base a lo mencionado anteriormente, que una manifestación a gran escala sucede, en la que las redes sociales, como canal de comunicación de los mass media, tuvieron un accionar, y que por tanto, se produjo un nuevo tipo de interacción entre los mass media y los usuarios de redes sociales en el Ecuador.

6.3. Población y Muestra

El dominio de la investigación en el presente trabajo de investigación lo constituyen todas las publicaciones de mass media en redes sociales, cuyo contexto haya sido las protestas de octubre del 2019. El caso de estudio son las publicaciones de los mass media Teleamazonas y RT, en cuanto a la credibilidad que estas tienen para los usuarios de Facebook, en el contexto de las protestas de octubre del 2019. La unidad de observación es todo el contenido de las publicaciones de los usuarios en Facebook, respecto de la información difundida por RT y Teleamazonas en esa red social. La población corresponde a la totalidad de los discursos de usuarios en todas las publicaciones de RT y Teleamazonas en el contexto de las protestas de octubre en Facebook. Por otra parte, el tipo de muestreo que se utilizó fue el muestreo no probabilístico intencional, dado que se trata de una investigación de carácter cualitativo, en la que la selección de los casos, se basó en un criterio de conveniencia e idoneidad, acorde a los planteamientos de los objetivos específicos. En ese sentido, se seleccionó por cada medio de comunicación, las noticias más relevantes durante el mes de octubre del 2019. La relevancia en cuanto al número de publicaciones a seleccionarse, se determinó por la cantidad de publicaciones a modo de comentarios, de parte de los usuarios en los perfiles de Teleamazonas y RT en Facebook. Es decir, se seleccionaron las publicaciones con un mayor número de comentarios de los usuarios. El número de publicaciones se determinó en base a un criterio de representatividad y saturación de la información. Respecto del número de comentarios o discursos de los usuarios a seleccionarse en base a las publicaciones, se lo determinó también con un criterio de saturación de la información. La selección de los discursos por cada publicación, se lo hizo aplicando un muestreo no probabilístico intencional, en donde los criterios de conveniencia e idoneidad, se basaron en la selección de los discursos más

relevantes; es decir, se seleccionó la opción en Facebook de mostrar los discursos más relevantes por cada publicación.

Con los criterios anteriormente mencionados, se seleccionaron 15 publicaciones de Teleamazonas y 15 publicaciones de RT. Las 30 publicaciones seleccionadas fueron consideradas representativas, puesto que las publicaciones totales que existen por parte de los dos medios en Facebook, en relación a las manifestaciones de octubre son de 49. Pero sobre todo, se seleccionaron 15 publicaciones tanto para el caso de Teleamazonas como para el caso de RT, porque se llegó a una saturación de la información en cuanto a la información de las publicaciones de los dos mass media. Por cada publicación de cada medio, se tomaron 30 discursos de los usuarios. Es prioritario señalar que en cuanto a la selección muestral de los discursos para cada publicación, la saturación de la información se lograba con un número menor a 30 discursos en la mayoría de los casos. Sin embargo, a pesar de ello se seleccionaron igualmente 30 discursos por cada publicación para tener un tamaño de la muestra homogéneo en todos los casos, en base a un criterio de idoneidad. Es decir, el número muestral total de publicaciones fue de 30 y el de discursos fue de 900. Es necesario mencionar que los discursos seleccionados fueron aquellos cuya relación con la publicación del medio fue directa. Es decir, se excluyeron los discursos como comentarios a discursos de otros usuarios. La temporalidad que se usó en la presente investigación fueron todas las publicaciones efectuadas en el mes de octubre, desde el 01 hasta el 31 de ese mes del 2019.

Cabe resaltar que para la presente investigación, se tomaron distintos tipos de discursos de los usuarios, como los discursos en texto, imágenes y video. Se excluyó para la investigación a las publicaciones de los usuarios que contenían links a otras direcciones, porque para fines investigativos, este tipo de publicaciones no sirvieron a la hora de entender una relación entre la publicación del medio de comunicación con la publicación del usuario. Así también, el término usuarios, se refirió no únicamente a personas en su individualidad, sino también, un usuario pudo ser una institución o un grupo que comentó en una determinada publicación de

Teleamazonas o RT; por lo que, al señalarse que se tomaron las publicaciones de los usuarios, esto quiere decir que se incluyeron todas las publicaciones, basándose en los criterios de selección de un muestreo no probabilístico intencional, independientemente de si se trató de un solo individuo, una institución o un grupo de individuos.

6.4. Métodos y técnicas de obtención de datos

El método de obtención de datos partió de la plataforma virtual Facebook. En Facebook, se recogieron las 30 publicaciones de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en relación a las protestas de octubre del 2019 y posteriormente los 900 discursos de los usuarios en base a los criterios muestrales señalados con anterioridad.

La muestra de las 30 publicaciones de los medios de comunicación Teleamazonas y RT y de los 900 discursos de los usuarios fue transcrita a un documento para su posterior análisis y tratamiento de la información. La técnica de obtención de datos que se utilizó fue la observación. La observación en un entorno netamente virtual como lo es Facebook, sirvió para establecer un primer acercamiento acerca del contenido de los discursos de los usuarios, y también de las publicaciones de los medios de comunicación. Esto permitió tener una idea preliminar sobre el tipo de relación existente entre la publicación del medio, con la publicación del usuario; así como para entender las diferencias entre las publicaciones de los usuarios en Teleamazonas y en RT. Cabe sostener que al no tratarse el presente proyecto de titulación de una investigación etnográfica digital, como hubiera sido si se trabajase con una comunidad online, como un foro o un grupo en Facebook, no se presenta una diferencia entre observación no participante y observación participante, porque evidentemente, no se interactuó con individuos en la virtualidad, sino que se analizó su discurso en relación a la publicación de los medios Teleamazonas y RT en el contexto de las manifestaciones de octubre del 2019.

Es necesario subrayar que al tratarse la presente investigación de un estudio netamente online, no se requirió el uso de más técnicas de recolección de datos,

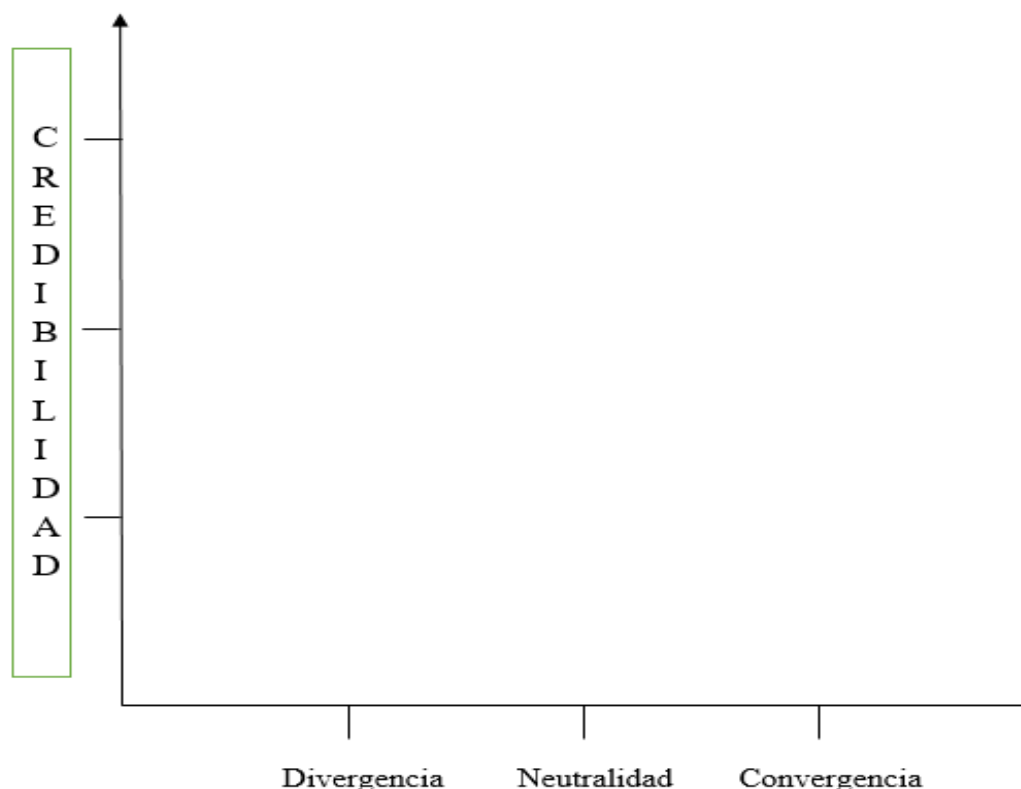
como entrevistas, hojas de vida, encuestas, líneas de tiempo, etc. Técnicas que si hubieran sido pertinentes en un estudio con trabajo de campo.

6.5. Tratamiento de la información

Con los datos obtenidos de la observación, se continuó con el tratamiento de la información en base a una triangulación de técnicas, como lo son: El mapeo de discursos, el análisis de contenido y el análisis del discurso. El uso de cada técnica permitió responder a cada uno de los objetivos específicos y por ende al objetivo general de la investigación. En una primera instancia se procedió con la técnica del mapeo de discursos, la cual es una variación del mapeo de actores. Esta técnica permitió posicionar cada uno de los discursos de los usuarios de una publicación, en un plano cartesiano, en la que la variable credibilidad fue ubicada en el eje Y, y las variables convergencia-neutralidad-divergencia en el eje X.

La imagen de la técnica del mapeo de discursos la presentamos a continuación:

Cuadro 1. Mapeo de discursos



Elaboración: El autor

En este plano cartesiano, se estableció la divergencia-convergencia del discurso de los usuarios, con respecto a las publicaciones de los medios en el eje X, y la credibilidad de las publicaciones de los medios, en el eje Y. Un discurso, mientras sea divergente, significa que el usuario tiene una postura crítica o contraria a la publicación del medio de comunicación, y así por tanto la credibilidad será escasa o nula. Por el contrario, si se trata de un discurso convergente, quiere decir que el usuario no tiene una postura crítica con respecto a ese medio, sino que apoya o comparte lo publicado por el medio, así por tanto la credibilidad será alta. Un discurso neutral significa que la credibilidad no es baja ni tampoco alta, sino que es una credibilidad media o moderada, y esto se manifiesta cuando determinado usuario no evidencia un apoyo o una oposición a lo publicado por el mass media. Para cada discurso, se estableció un punto, que fue ubicado en el plano cartesiano dependiendo del contenido del discurso. Las categorías con las que se posicionó el discurso de los usuarios en el plano cartesiano, fue en una primera instancia su postura frente al medio de comunicación y en segundo lugar su postura política. La categoría con mayor peso fue la posición del usuario en relación al medio de comunicación. En caso de que un discurso careciese de una posición respecto del medio, se procedió con la postura política, para posicionar el discurso en el plano cartesiano. El mapeo de discursos permitió verificar con la muestra de 900 discursos, si primo más la convergencia, la neutralidad o la divergencia de los usuarios con respecto al mass media, y así conocer la credibilidad del medio. Al final del proceso investigativo, se obtuvieron 30 planos cartesianos y un plano cartesiano general para Teleamazonas y para RT.

A continuación, se efectuó la técnica del Análisis de Contenido cualitativo. Esta técnica, según Orellana (2006) consiste en un registro de datos, en el cual se almacena y se asegura la información obtenida de las personas investigadas.

En los entornos virtuales los datos obtenidos se caracterizan por su formato digital, lo que proporciona al investigador la facilidad y comodidad de su registro en forma casi instantánea y automática mientras los datos van

surgiendo, pues basta con hacer un par de «clic» para lograrlo. (Orellana, 2006, p. 217)

Para esta técnica se utilizó una matriz de Análisis de Contenido, para obtener categorías y códigos de los discursos:

Tabla 1. Matriz de Análisis de Contenido

Categorías	Códigos	Discurso	Interpretación
Postura mediática	A favor En contra	_____	_____
Postura política	A favor de las manifestaciones sociales. En contra del presidente Moreno. A favor de las medidas económicas.		

Elaboración: El autor

El proceso con el uso de la matriz, permitió identificar categorías que surgieron en el discurso, así también como códigos, lo que se imbricó dentro del proceso de categorización y codificación de la información. La interpretación de la matriz de análisis de contenido permitió conocer las significaciones presentes en los discursos; es decir, aquello que se manifiesta de forma explícita y también lo que se menciona de forma implícita.

Se aplicó una matriz de análisis de contenido para cada discurso, por lo que al final del presente trabajo investigativo, se crearon 900 matrices bajo la muestra de 900 discursos. Posteriormente, se crearon 30 matrices para cada una de las publicaciones de los medios Teleamazonas y RT recogiendo las interpretaciones del proceso anterior, y finalmente se efectuó una interpretación general, tanto para el caso de Teleamazonas como para el caso de RT. Con la matriz de análisis de contenido se establecieron dos categorías: Postura mediática y postura política. Los códigos de la primera categoría fueron: A favor, en contra y neutral. Los códigos de la segunda categoría se determinaron en base a los datos obtenidos de la observación. Con el establecimiento de las categorías y códigos de cada uno de los

discursos, los cuales fueron transcritos a la matriz, se procedió con la interpretación de cada uno de los discursos.

A continuación, se procedió con la técnica del Análisis del Discurso cualitativo. Esta es una técnica que analiza el trasfondo de determinada sección de un discurso o de un discurso, en base a categorías y códigos que vayan surgiendo. González (2015) señala: “El análisis del discurso (AD) es un conjunto de métodos que tienen como objetivo estudiar el uso del lenguaje y su papel en la vida social” (p.324). Así también para González (2015) el análisis del discurso analiza el contexto a través del uso del lenguaje. Es decir, mediante el análisis del discurso, se pueden conocer los contextos por los que un individuo se expresa de determinada manera. Durante la utilización de esta técnica dentro del proyecto de investigación, la codificación de los discursos se efectuó en una unidad hermenéutica mediante el uso de la herramienta informática ATLAS Ti, la cual permitió obtener una sistematización de las variables que surgieron en base al discurso de los usuarios en Facebook. Específicamente hablando de este proceso, se copiaron los discursos de los usuarios a la plataforma virtual ATLAS Ti y se procedió con la selección de códigos y redes. Todo el proceso de implementación, categorización y relacionamiento de códigos, formó parte en sí del proceso de análisis del discurso. Según Bonilla & López (2016) a diferencia del análisis del contenido, el análisis del discurso permite hacer interpretaciones en base a un contexto. Es decir, se pudieron dar inferencias contextuales, que determinaron el trasfondo de un discurso (Bonilla & López, 2016). En esta fase de la investigación, por cada publicación de los medios, se hizo todo el proceso de codificación con su respectivo gráfico. Es decir, al final de la investigación se obtuvieron 30 redes de ATLAS Ti. Finalmente, se desarrolló una red general tanto para el caso de Teleamazonas como para RT. Los códigos con mayor frecuencia en cada red, con respecto a cada publicación, fueron reunidos para obtener códigos madre o macro códigos, los mismos que fueron utilizados para conformar la red general para cada mass media.

CAPÍTULO III

7. Resultados de la Investigación

7.1. Observación

Este primer acercamiento permitió constatar que existe animadversión de parte de la mayoría de los usuarios de Teleamazonas, con respecto a las publicaciones de este mass media; y por el contrario, gran parte de los usuarios de RT, mostraron afinidad con las publicaciones de RT. Por otra parte, los temas de las publicaciones de los dos medios de comunicación en el contexto de las manifestaciones de octubre se relatarán a continuación:

7.1.1. Publicaciones de Teleamazonas en Facebook

Con la observación, se evidenció en una primera instancia que las publicaciones de Teleamazonas se centraron principalmente en torno a los siguientes temas en el contexto de las protestas de octubre:

- Los destrozos al bien público ocasionado por las violentas manifestaciones.
- La afectación al cuerpo policial por las duras protestas.
- La actitud vandálica de ciertos grupos, que impedían a la gente salir a trabajar.
- Secuestro de periodistas por parte de los indígenas en el ágora de la casa de la cultura, con énfasis en la agresión que sufrió el periodista Freddy Paredes.
- Actos vandálicos contra las instalaciones del canal Teleamazonas.

Bajo estos puntos, se constató que el medio Teleamazonas respaldó las medidas económicas y al presidente de la república Lenin Moreno, y que rechazó las protestas sociales.

7.1.2. Publicaciones de RT en Facebook

En relación a las publicaciones de RT en Facebook, estas versaron en esencia sobre los siguientes puntos:

- Medidas económicas promulgadas por el gobierno de Moreno son consideradas como “paquetazo”.
- Gran cobertura en vivo de los enfrentamientos entre manifestantes con la policía nacional en las calles ecuatorianas.
- Amplia información sobre los acontecimientos que sucedieron durante y posterior a las manifestaciones.

Estos temas demostraron que el medio RT respaldó las protestas sociales y que se mostró opuesto a las medidas económicas y al presidente Lenin Moreno.

7.2. Mapeo de discursos

Para el mapeo de discursos se tomó la muestra total de 900 discursos para conocer la posición de los usuarios con respecto a la publicación de los medios Telemazonas y RT.

Para determinar si un discurso se posiciona como divergente, neutro o convergente en relación con la publicación del mass media, se encontraron dos tipos de discursos: Aquellos que señalan explícitamente una simpatía o animadversión al mass media y aquellos discursos en los cuales, la posición con respecto al medio es implícita, pero tienen una postura política explícita.

Por motivos de ética a fin de salvaguardar el anonimato de los usuarios de Facebook que se tomaron como ejemplo para explicitar cada una de las directrices para responder a los objetivos de la investigación en la utilización de las distintas técnicas de tratamiento de la información, se borraron los nombres de los usuarios en el perfil de Facebook.

Como ejemplo del primer tipo de discurso en relación a la publicación del mass media, tenemos el siguiente:

Imagen 1. Publicación #15 Teleamazonas



Fuente: Facebook

Imagen 2. Discurso Teleamazonas



Fuente: Facebook

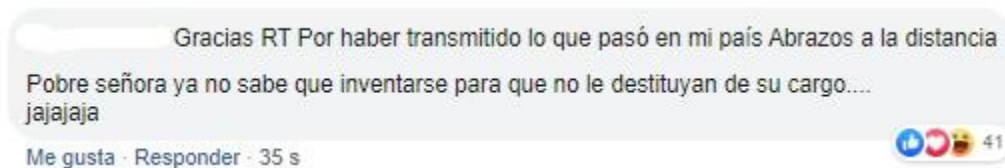
En este ejemplo, podemos observar que hay una posición explícitamente contraria al mass media Teleamazonas, por lo que es una posición divergente con respecto a la publicación de Teleamazonas. En el caso del medio RT podemos citar el siguiente ejemplo:

Imagen 3. Publicación #14 RT



Fuente: Facebook

Imagen 4. Discurso RT



Fuente: Facebook

En este caso, el discurso del usuario tiene un posicionamiento abiertamente en apoyo a la publicación de RT, por lo que es un discurso convergente en relación a la publicación de RT.

En los dos casos, los discursos fueron explícitos en cuanto a un posicionamiento respecto de la publicación del mass media; no obstante, numerosos comentarios no fueron explícitos en su posicionamiento mediático. En estos casos, fue necesario partir de los resultados obtenidos en la observación, en

donde se detalló que Teleamazonas tuvo un discurso en apoyo a las medidas gubernamentales, en contra de las manifestaciones populares y en respaldo del presidente Lenin Moreno, mientras que RT en contra de tales medidas, en apoyo a las manifestaciones sociales y en rechazo al primer mandatario Lenin Moreno; por lo que en base a aquello, fue necesario observar la postura política, con respecto a las medidas económicas, a las manifestaciones sociales y al presidente de la república Lenin Moreno, para conocer el posicionamiento respecto del medio de comunicación. Un ejemplo de un discurso con un posicionamiento mediático implícito en el caso del medio Teleamazonas es el siguiente:

Imagen 5. Publicación #4 Teleamazonas



Fuente: Facebook

Imagen 6. Discurso Teleamazonas



Fuente: Facebook

En este caso, la postura política es contraria a las medidas gubernamentales, por tanto, la posición en relación al medio es contraria también, por lo que se constituye como un discurso divergente en relación a la publicación del medio Teleamazonas.

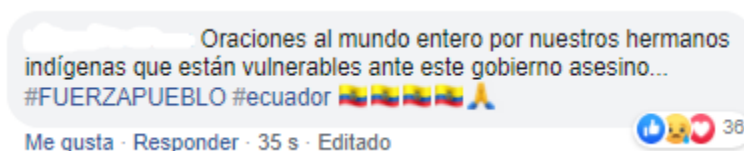
Para el caso del mass media RT, tenemos el siguiente ejemplo de un discurso con un carácter implícito en cuanto a su posición respecto del medio:

Imagen 7. Publicación #10 RT



Fuente: Facebook

Imagen 8. Discurso RT



Fuente: Facebook

En este caso, el posicionamiento político es en favor de las manifestaciones, por tanto, en contra de las medidas económicas del ejecutivo; consecuentemente se constituye en un discurso convergente en relación a la publicación de RT.

Con la explicación de estos dos tipos de discursos en relación a las publicaciones de los medios, para posicionar un discurso en el plano cartesiano, se tomaron dos filtros: el primero tiene que ver con la posición del usuario respecto a la publicación del medio o la postura mediática, y el segundo filtro con la postura política en relación a la publicación del medio. Para determinar la credibilidad, se le otorgó mayor importancia al primer filtro; es decir que en los casos en que el discurso del usuario tuviera una postura mediática explícita en relación a Teleamazonas o RT, no fue necesario acudir al segundo filtro para conocer la credibilidad hacia el medio, pero en los casos en que la posición respecto del medio fue implícita, se hizo necesario acudir al segundo filtro, el de la postura política, para conocer la credibilidad del medio.

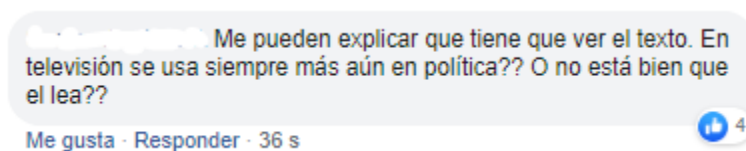
Adicionalmente, se encontraron discursos neutrales, en los que no se evidencia una posición ni a favor ni en contra del medio, y tampoco una postura política evidente. Algunos discursos neutrales fueron comentarios en forma de pregunta en búsqueda de información, como por ejemplo:

Imagen 9. Publicación #1 RT



Fuente: Facebook

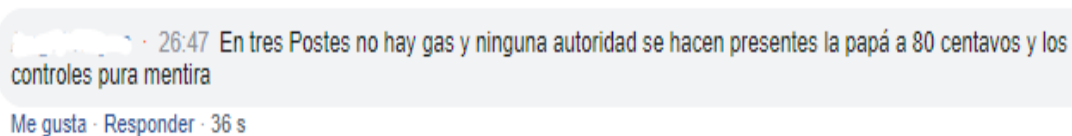
Imagen 10. Discurso RT



Fuente: Facebook

Otro tipo de discursos que se catalogaron como neutrales, en el sentido en que no se evidencia en el discurso, ni explícita ni implícitamente una postura ni a favor ni en contra del medio, como tampoco una postura política. fueron:

Imagen 11. Discurso Teleamazonas



Fuente: Facebook

Imagen 12. Discurso RT

36:53 El Presidente acaba de llegar hace 10 minutos al aeropuerto de tababela se dirige en helicoptero ... a el encuentro con nuestros indigenas

Me gusta · Responder · 35 s



Fuente: Facebook

En estos dos ejemplos, el primero de Teleamazonas y el segundo de RT, dan cuenta que no se puede establecer de ninguna manera una postura política, por lo que se catalogaron como discursos neutrales, y por tanto la credibilidad hacia el medio no es baja ni tampoco alta, sino que se otorgó una credibilidad estándar o media respecto del mass media. Finalmente, otros tipos de discursos neutrales que existieron en los comentarios fueron:

Imagen 13. Discurso RT

Está bien que pasen lo que aconteció en el Ecuador, pero de igual forma, rogaría que pasen la realidad que atraviesa Venezuela.

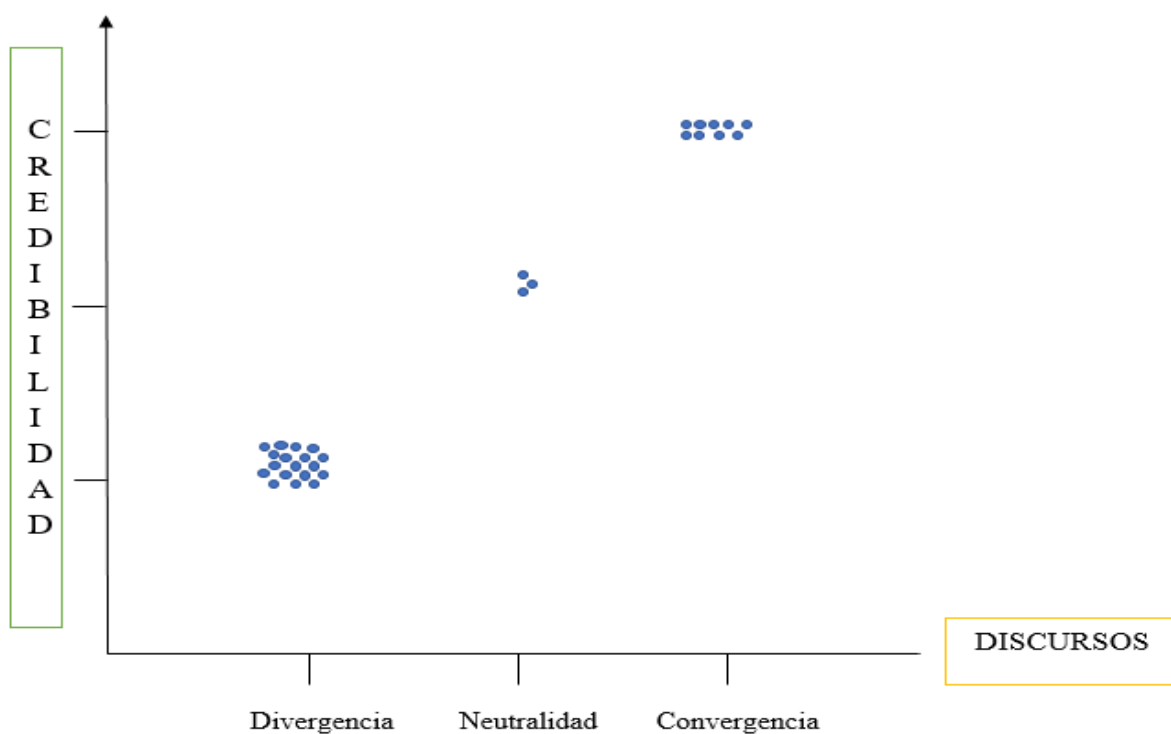
Me gusta · Responder · 35 s



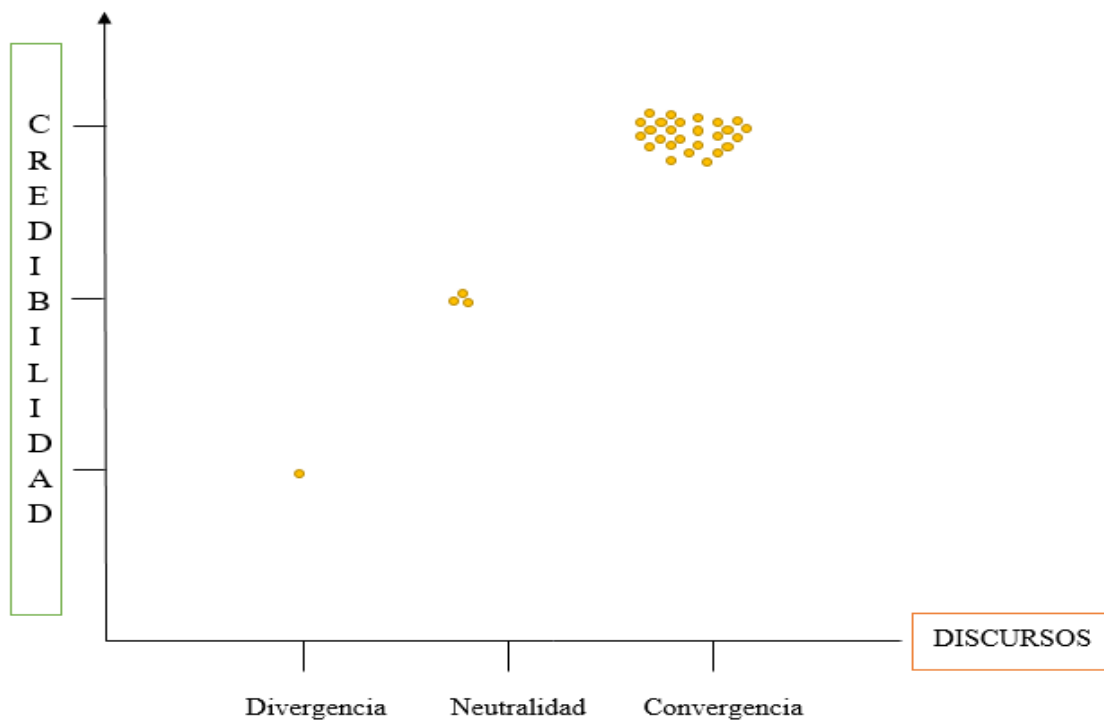
Fuente: Facebook

En este discurso en una publicación de RT, podemos dar cuenta que se constituye como neutral, porque si bien, agradece la cobertura del medio ruso en cuanto a las protestas en Ecuador, a la vez critica que no exista una misma cobertura con respecto a los problemas de Venezuela, por lo que la credibilidad es moderada.

Cada uno de los 900 discursos fueron colocados en 30 distintos planos cartesianos para conocer la tendencia en cuanto a la posición de los usuarios, y así saber la credibilidad del medio. Un discurso fue representado por un punto y se lo colocó en el plano cartesiano. Como ejemplo del mapeo de discursos en el plano cartesiano, tanto para caso de Teleamazonas como para el caso de RT, tenemos los siguientes cuadros:

Cuadro 2. Mapeo de discursos publicación #2 Teleamazonas

Elaboración: El autor

Cuadro 3. Mapeo de discursos publicación #8 RT

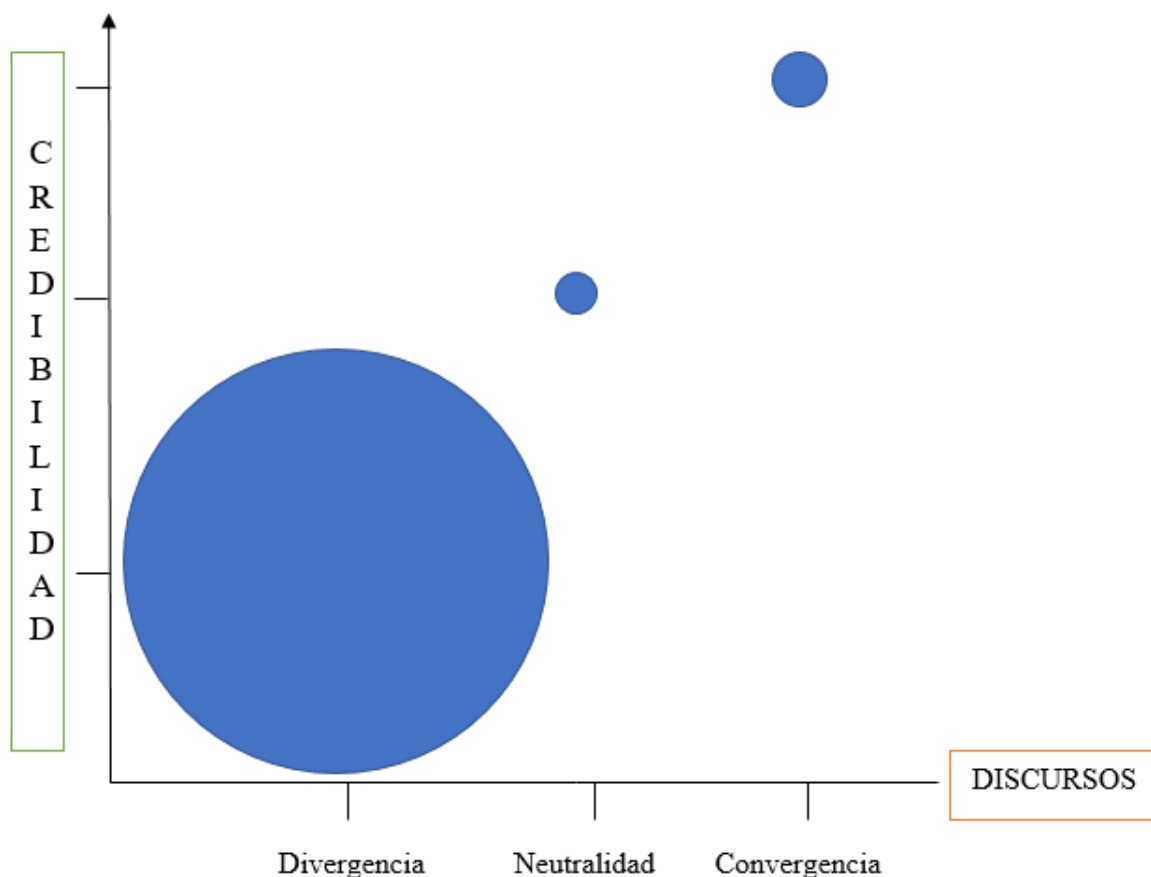
Elaboración: El autor

7.2.1. Mapeo de discursos Teleamazonas

De manera general, respecto del mapeo de discursos en relación a las publicaciones del medio Teleamazonas, se evidenció que de los 450 discursos de usuarios que comentaron en las 15 publicaciones de este mass media, encontramos que existen: 367 discursos divergentes, 35 discursos neutrales y 48 discursos convergentes, por lo que se comprueba que gran parte de los usuarios, perciben a Teleamazonas como un medio con escasa o nula credibilidad, en tanto la mayoría del público, se mostró en una posición de rechazo de las medidas gubernamentales, contraria al presidente de la república Lenin Moreno y a favor de las manifestaciones populares; toda vez que el medio Teleamazonas, se mostró favorable a las medidas económicas que impulsó el presidente Moreno en las protestas de octubre.

El mapeo de discursos general para Teleamazonas, quedo de la siguiente manera:

Cuadro 4. Mapeo de discursos general Teleamazonas



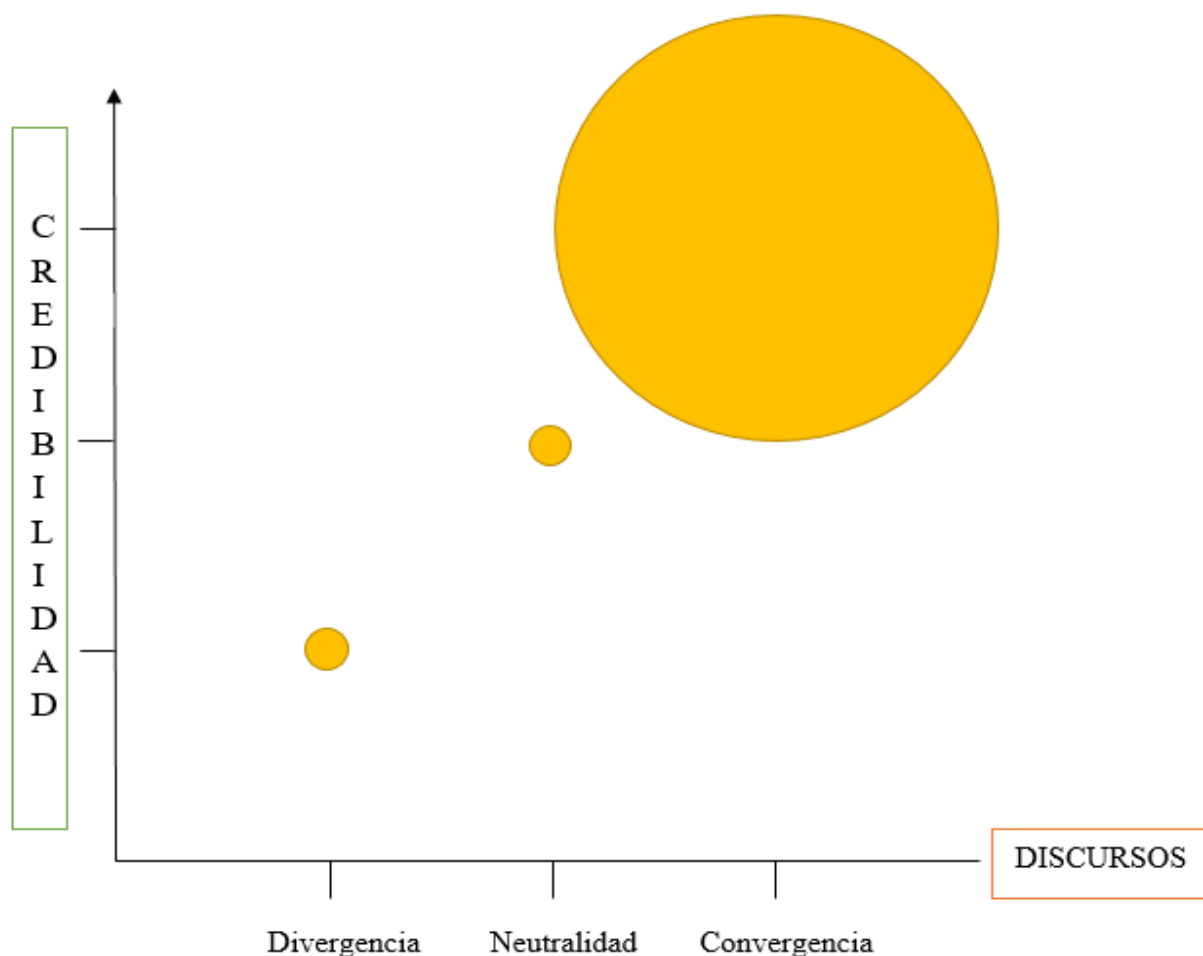
Elaboración: El autor

7.2.2. Mapeo de discursos RT

En el caso de las publicaciones del medio público RT, se constató que existen 37 discursos divergentes, 35 discursos neutrales y 378 discursos convergentes de la totalidad de 450 discursos en las publicaciones de este medio. Aquello da cuenta que la credibilidad de RT para los usuarios es eminentemente alta, debido a que la posición de la mayoría de usuarios es contraria a las medidas gubernamentales, en contra del presidente Lenin Moreno y a favor de las protestas populares; debido a que el mass media RT, con expresiones como el “paquetazo” económico, se mostró contrario a las medidas impulsadas por el presidente de la república Lenin Moreno en el contexto de las protestas de octubre.

El mapeo de discursos general para RT quedó de la siguiente manera:

Cuadro 5. Mapeo de discursos general RT



Elaboración: El autor

Tras la elaboración de los dos planos cartesianos generales, se pudo responder a la primera pregunta específica y cumplir con el primer objetivo específico de la investigación: La posición del discurso de los usuarios en el caso del mass media Teleamazonas es una posición eminentemente divergente, la cual indica una baja credibilidad hacia el medio; y la posición del discurso de los usuarios en el caso del mass media RT es una posición eminentemente convergente, la cual indica una alta credibilidad hacia el medio.

7.3. Análisis de Contenido de los discursos

Para la ejecución del análisis de contenido, igualmente se seleccionó la muestra total de 900 discursos, con el respectivo escogimiento de las categorías y códigos de cada uno de los discursos. Durante la realización de esta fase, se trabajaron con dos categorías, como son:

- La postura mediática del usuario en cuanto a la publicación del medio
- La postura política del usuario en cuanto a la publicación del medio

Los códigos que se seleccionaron para la primera categoría se basaron en las frases dicotómicas “A favor” y “En contra”. Para la segunda categoría se seleccionaron las frases a favor y en contra, conjugándolas con expresiones clave respecto de las protestas de octubre del 2019 como:

A favor/en contra de las protestas populares, de las movilizaciones sociales, de las manifestaciones sociales, del presidente de la república Lenin Moreno, de las medidas económicas, del decreto ejecutivo 883, de las medidas gubernamentales, de las medidas del ejecutivo.

Como ya se manifestó con anterioridad, existieron distintos discursos en los cuales la posición con respecto al medio no es explícita; en estos casos, simplemente el código no fue colocado dentro de la matriz. Así también, existieron discursos en los que la postura política no existía, por lo que asimismo el código no fue colocado en la matriz de análisis de contenido.

Como ejemplo de un discurso en la matriz de análisis de contenido, en el que la posición respecto del medio o la postura mediática no es explícita, pero si la postura política, tenemos el siguiente:

Tabla 2. Ejemplo#1 matriz análisis de contenido Teleamazonas

Categoría	Código	Discurso	Interpretación
61.Postura mediática	—	Imbabura ya en camino.. miles de miles.. se vienen a Quito.. a	Manifiesta una unión popular para luchar en contra de las medidas del ejecutivo. Reafirma el poder popular
Postura política	A favor de las protestas populares	lucharemos hasta las últimas consecuencias	

Elaboración: El autor

Como ejemplo de un discurso en el que fue explícito la posición respecto del medio, pero no la postura política, tenemos el siguiente:

Tabla 3. Ejemplo#2 matriz análisis de contenido Teleamazonas

Categoría	Código	Discurso	Interpretación
384.Postura mediática	En contra	las antenas de Teleamazonas se queman por corto circuito lamentable situación #PrensaVendida	Implícitamente señala un contubernio entre Teleamazonas con el gobierno, ante lo cual emite un comentario sarcástico sobre el ataque a las instalaciones de Teleamazonas.
Postura política	—		

Elaboración: El autor

Como ejemplo de un discurso, en el que tanto la posición respecto del medio, como la postura política es explícita, tenemos el siguiente:

Tabla 4. Ejemplo #1 matriz análisis de contenido RT

Categoría	Código	Discurso	Interpretación
637.Postura mediática	A favor	Este medio de comunicación me pareció neutro,felicidades y es verdad presidente la tienes difícil. Con fuerza Ecuador pueblo indígena	Apoyo a RT por su labor periodística.
Postura política	A favor de las protestas sociales	👉👉	Respaldo a la manifestación indígena frente a las medidas del presidente Moreno.

Elaboración: El autor

Como podemos observar, esta matriz de contenido nos permitió interpretar cada uno de los 900 discursos seleccionados. En las interpretaciones, se pudo conocer las significaciones existentes en los distintos discursos y se pudo corroborar los resultados alcanzados con la técnica del mapeo de discursos generales de Teleamazonas y RT.

Sin embargo, existieron dos discursos de la muestra, que mostraron una incongruencia, en base a los resultados de la observación, tanto en el caso de Teleamazonas como en el de RT. Es decir, no se cumplieron los parámetros que indican que si la posición de un usuario es contraria al medio Teleamazonas, debería apoyar las manifestaciones populares, y si un usuario está a favor de una publicación de RT, debería rechazar las medidas gubernamentales. En estos ejemplos, el usuario se mostró crítico con las protestas sociales y en respaldo al presidente Moreno, pero también es contrario a la publicación de Teleamazonas; en el caso de RT, el usuario tuvo una posición en apoyo a las protestas sociales y en rechazo al presidente Moreno; sin embargo, es contrario a la publicación de RT como lo podemos observar a continuación:

Tabla 5. Ejemplo #3 matriz análisis de contenido Teleamazonas

Categoría	Código	Discurso	Interpretación
145. Postura mediática	En contra	#teleamazonas para cuando el reportaje de la terrible noche que pasamos los Ambateños?? 😞	Si bien arguye una inconformidad ante los manifestantes, ya que exige mayor presencia policial, no está adscrito a lo emitido por Teleamazonas, ya que manifiesta un trabajo irregular en cuanto a la cobertura de noticias.
Postura política	En contra de las protestas populares	Ayúdenos difundiendo para que nos envíen un contingente policial y militar.	

Elaboración: El autor

Tabla 6. Ejemplo #2 matriz análisis de contenido RT

Categoría	Código	Discurso	Interpretación
484. Postura mediática	En contra	Son la representación de todo un pueblos indignado, no son indígenas, q pena q la prensa siga ocultando la realidad.	Sostiene que en las manifestaciones no están sólo los indígenas sino gran parte del pueblo ecuatoriano. Se muestra contrario a la publicación de RT.
Postura política	A favor de las manifestaciones populares		

Elaboración: El autor

Luego de efectuar una interpretación de cada uno de los 900 discursos, se procedió con una interpretación general de cada una de las publicaciones sobre los discursos, por lo que al final de este proceso se obtuvieron 30 interpretaciones. Como ejemplo de este proceso, para cada una de las unidades de análisis, en este caso Teleamazonas y RT, tenemos las siguientes tablas:

Tabla 7. Análisis del contenido Publicación #12 Teleamazonas

Publicación #12: Teleamazonas	
	
<p>Interpretación: En esta publicación, gran parte de usuarios usa el sarcasmo en su discurso para burlarse del ataque contra Teleamazonas. En este sarcasmo indican que para Teleamazonas ya no pasaba nada, y esto lo dicen porque implícitamente expresan que Teleamazonas no transmitía las manifestaciones populares y los ataques en contra de los manifestantes. Por tanto, dan cuenta de la escasa credibilidad que tiene el medio. Una mínima cantidad de usuarios que apoyan a Teleamazonas advierten que no se debe justificar los daños a la propiedad y que al vandalismo, el cual es sinónimo de protestas populares, hay que enfrentarlo.</p>	

Elaboración: El autor

Tabla 8. Análisis del contenido Publicación #3 RT

Publicación #3: RT	
	
Interpretación: Para esta publicación, los usuarios juzgan a los medios nacionales ante la no transmisión de las protestas populares, a la vez que felicitan a RT por la cobertura de las manifestaciones populares. De una parte de los usuarios se denuncia una criminalización de la libertad de expresión, ante el cierre de la emisora Pichincha Universal. Adicionalmente se expresa la fuerte represión policial en contra de los manifestantes. La credibilidad es alta hacia RT.	

Elaboración: El autor

Posterior a aquello, se procedió con una interpretación general de los discursos, tanto en el caso de Teleamazonas como de RT:

7.3.1. Análisis de Contenido Teleamazonas

Interpretación general discursos Teleamazonas

Luego de recopilar las interpretaciones generales de cada una de las publicaciones de los usuarios, podemos afirmar en términos globales respecto de los usuarios que publicaron en el perfil de Teleamazonas en Facebook, en base a la muestra de 450 discursos que se tomó, que los usuarios que mostraron un discurso divergente con la publicación de Teleamazonas, es decir, que señalaban

una crítica con lo publicado por el mass media, argumentaban que Teleamazonas es un medio vendido, porque responde a los intereses del ejecutivo, y en base a esto, el medio Teleamazonas no transmitió los distintos sucesos acontecidos en los días de protesta en octubre del 2019. Como parte de esta no cobertura de los hechos, los usuarios con discurso divergente señalaban que el medio no mostraba las agresiones de las fuerzas policiales en contra de los manifestantes, en especial en contra de los grupos indígenas, por lo que aducían que Teleamazonas no estuvo junto al pueblo y que más bien, apoyaban al presidente Lenin Moreno y sus decretos económicos.

Por otra parte, estos usuarios con discurso divergente, indicaban que Teleamazonas romantizó la agresión que sufrió su periodista Fredy Paredes, puesto que entendieron que para el medio, la vida de Fredy Paredes valió mucho más que la vida de gran cantidad de indígenas, que fueron agredidos por las fuerzas del orden. Adicionalmente, estos usuarios criticaron que Teleamazonas mintiera respecto de que un grupo de periodistas fue secuestrado por los indígenas, porque la realidad que los usuarios argumentaban, es que fueron por su propia voluntad.

En añadidura, este público sostuvo que Teleamazonas efectuó varias publicaciones en relación a los ataques contra las instalaciones de Teleamazonas, por lo cual se mostraron críticos ante la excesiva cobertura de este hecho por parte del mass media Teleamazonas. Respecto de este acontecimiento, los usuarios juzgaron que para Teleamazonas, importara más la infraestructura del medio, que la vida e integridad de los manifestantes en las calles, ante lo cual, muchos de ellos utilizaron un lenguaje sarcástico para burlarse de este mass media.

Así también, existieron ciertos discursos divergentes, en que se criticaba la prácticamente inexistente transmisión de Teleamazonas respecto de los acontecimientos sucedidos en Ambato, en el que un grupo de indígenas se tomaron unas antenas radio. Es decir, para estos usuarios el trabajo periodístico de Teleamazonas fue bastante irregular, aunque implícitamente, estos grupos de usuarios tuvieron una postura en contra de las protestas populares y aspiraban a que los policías puedan restablecer el orden en Ambato.

Por otra parte, una mínima cantidad de usuarios tuvo un discurso convergente con el mass media Teleamazonas. Estos usuarios apoyaban las medidas gubernamentales, se quejaban de que las protestas sociales desembocaban en actos vandálicos que dañaban la propiedad privada y la infraestructura pública, y que ante esto, el gobierno debió proceder con mano dura para controlar los desmanes y restablecer el orden en los espacios públicos. Estos usuarios también comentaban que hay que seguir trabajando para sacar adelante al país.

En definitiva, el medio de comunicación Teleamazonas goza de escasa o inexistente credibilidad ante gran parte de los usuarios que siguen las publicaciones de este medio en Facebook, en el contexto de las protestas de octubre, porque la mayoría de los usuarios, detentaron una postura política en contra de las medidas económicas del presidente Lenin Moreno y del decreto ejecutivo 883, que liberalizaba el precio de los combustibles. Prácticamente todos los usuarios apoyaron las manifestaciones de las distintas agrupaciones sociales en las calles en contra de las medidas gubernamentales. Ante las publicaciones de Teleamazonas, que señalaban una posición en apoyo al gobierno nacional y en contra de las manifestaciones populares, además de que las protestas sociales eran sinónimo de actos vandálicos, lo que se traducía en daños a la propiedad y a la infraestructura, el medio tuvo una nula credibilidad en el contexto de las manifestaciones de octubre.

7.3.2. Análisis de Contenido RT

Interpretación general discursos RT

Tras recopilar los discursos generales en cada una de las publicaciones de RT, recogemos una interpretación general de los discursos del público. En el caso de RT, prácticamente todos los usuarios admiran la labor periodística del medio público ruso, puesto que señalan que este medio fue el único que transmitió las protestas populares en contra de las medidas del gobierno de Lenin Moreno, señalaron que estuvieron junto al pueblo; contrario al accionar de los mass media

nacionales, que no transmitieron el descontento y la movilización popular, sino que únicamente difundían la marcha por la paz en Guayaquil o actos vandálicos en las protestas. Adicionalmente, los usuarios indicaban que el gobierno nacional, reprimió con dureza mediante las fuerzas policiales a los manifestantes, en especial a las agrupaciones indígenas, lo que se tradujo en violaciones a los derechos humanos, por lo que los usuarios exigían ayuda de organismos internacionales para proteger al pueblo indefenso frente al armamento policial. Por otra parte, los usuarios advertían que los medios nacionales no transmitieron las agresiones contra las agrupaciones sociales en las calles porque estos medios tienen una alianza con el gobierno de Moreno y con grupos de poder empresarial.

En añadidura, una minoría de usuarios con un discurso divergente con el medio RT, expresaron no abiertamente una posición crítica con el medio ruso, pero sí una postura política en contra de las manifestaciones populares y en apoyo a las medidas del ejecutivo y al presidente Lenin Moreno. Estos usuarios argüían que las protestas son en realidad actos de vandalismo que dañan la propiedad pública y privada y que el gobierno debía de tratar de mantener el orden constitucional a través de las fuerzas policiales. Por otra parte, los usuarios no críticos con las medidas del presidente, indicaban que Rafael Correa está detrás de los intentos desestabilizadores, y que hay que seguir firmes defendiendo el orden constitucional y no permitir que los manifestantes caotizen más las ciudades.

Aquellos usuarios con un discurso divergente respecto al medio RT, sostenían que este medio no tiene la misma labor periodística en relación a lo que sucede en Venezuela, por lo que se expone que no es un medio imparcial, sino que responde a intereses de la izquierda. En este sentido, también criticaban que el medio defiende a Rafael Correa, ya que este es un empleado de RT.

Justamente, en relación a la figura del ex presidente Rafael Correa, gran parte de usuarios muestra animadversión hacia el ex presidente, y no veían en él, a una persona que pudiese rescatar al Ecuador de la convulsión social y política; por lo que en este sentido, los usuarios estuvieron en contra de Rafael Correa, pero a favor de las movilizaciones y protestas sociales. En este sentido, algunos usuarios

si bien demostraron un rechazo hacia la figura del ex presidente Correa, también rechazaban al presidente Lenin Moreno; estos usuarios optaban a que nuevos liderazgos, que pudieran venir del sector indígena, podían solucionar la crisis política y social que vivió Ecuador en el mes de octubre del 2019.

En definitiva, el medio público ruso RT, goza por parte de los usuarios de una alta credibilidad en el contexto de las protestas de octubre del 2019, en tanto la mayoría de usuarios se mostraba crítico con las medidas gubernamentales y en apoyo a las manifestaciones sociales. Esta alta credibilidad se debe a que RT transmitió en vivo las manifestaciones populares, en especial de los sectores indígenas, por lo cual catalogaron a RT como un medio imparcial, neutral, y que acompañó al pueblo durante sus exigencias en las calles en contra del ejecutivo. Es así que felicitaron la labor de RT por no mostrar una alianza con el gobierno nacional y por estar junto al pueblo en las transmisiones, a diferencia de la reprochable labor periodística de los medios de comunicación nacionales, que mantuvieron un silencio respecto de las exigencias y agresiones que sufrieron los manifestantes.

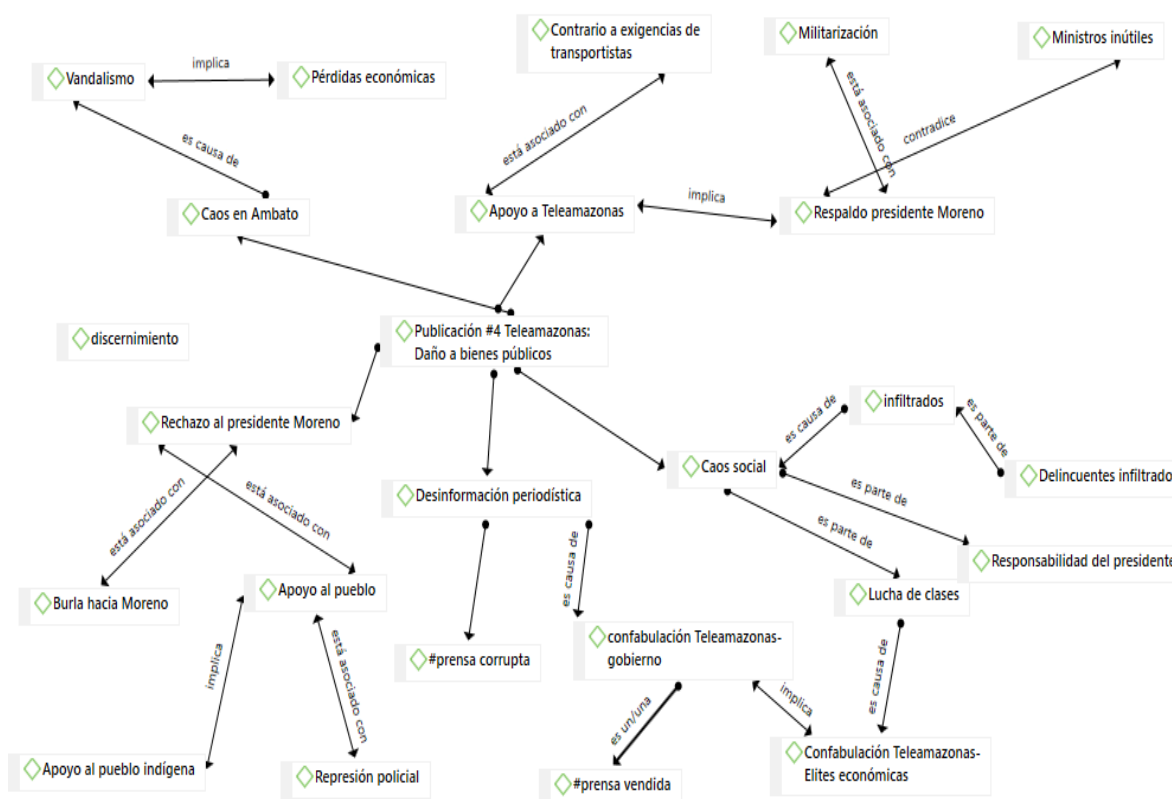
Al final de este proceso, con la interpretación general de los discursos para el caso de Teleamazonas y RT, se respondió a la segunda pregunta de investigación y se cumplió con el segundo objetivo específico de investigación.

7.4. Análisis del Discurso

Con esta técnica, se procedió a analizar los discursos en la plataforma informática ATLAS Ti. Para el análisis del discurso se tomó la muestra total de 900 discursos y se conformaron 30 redes con sus respectivos códigos. Al final se construyeron dos redes generales, una para el caso del medio Teleamazonas y otra para el caso del medio RT.

Como ejemplo, la red de la publicación #4 de Teleamazonas se conformó así:

Red semántica #1. Red publicación #4 Teleamazonas



Elaboración: El autor a partir de ATLAS.ti

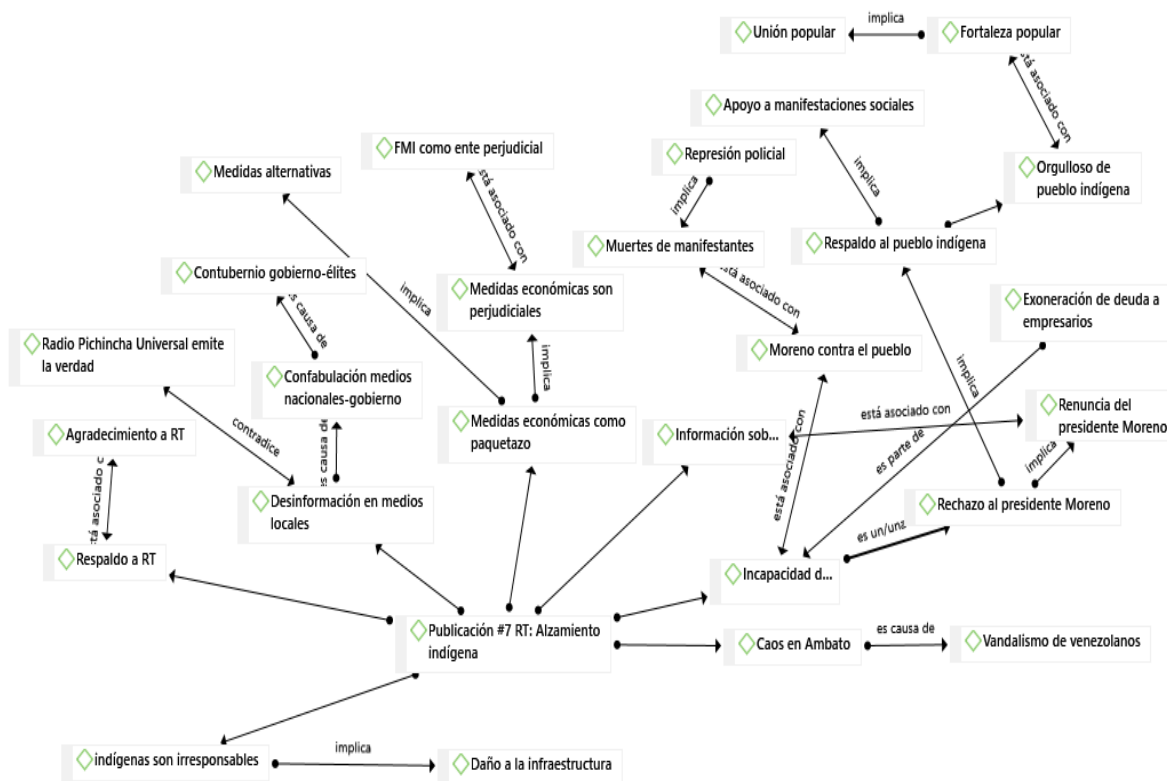
A esta red, conformada a partir de la publicación #4 de Teleamazonas y a los 30 discursos tomados como muestra; se la estructuró de tal manera que aquellos códigos, provenientes de discursos convergentes con el medio Teleamazonas, fueron ubicados en la parte superior del código central, aquellos discursos divergentes con respecto del mass media, fueron ubicados en la parte inferior del código central, y los discursos neutrales, que no indicaban una convergencia o divergencia, fueron ubicados de manera horizontal en relación al código central. Por ejemplo, la publicación #4 de Teleamazonas, que habla del daño a bienes públicos durante las protestas de octubre, códigos convergentes con respecto a la publicación, es decir, códigos cuyos usuarios expresaban una posición a favor de lo publicado por Teleamazonas o cuya postura política haya estado alineada a lo expresado por el medio en base a los resultados de la observación previa, fueron entre otros: Respaldo al presidente Moreno, contrario a exigencias de transportistas

o vandalismo. Por otra parte, códigos divergentes en relación a la publicación de Teleamazonas, es decir, códigos cuyos usuarios expresaban una posición en contra del medio o con una postura política no alineada a lo señalado por Teleamazonas, fueron: Desinformación periodística, lucha de clases o rechazo al presidente Moreno.

Como podemos observar en esta red, fueron más los códigos divergentes que los códigos convergentes, puesto que el número de códigos ubicados en la parte inferior del código central, es mayor al número de códigos ubicados en la parte superior del código central, lo que indica que el medio en esta publicación, tiene poca credibilidad de parte de los usuarios.

Como ejemplo de RT, la publicación #7 de este mass media quedo conformada de la siguiente manera:

Red semántica #2. Red publicación #7 RT



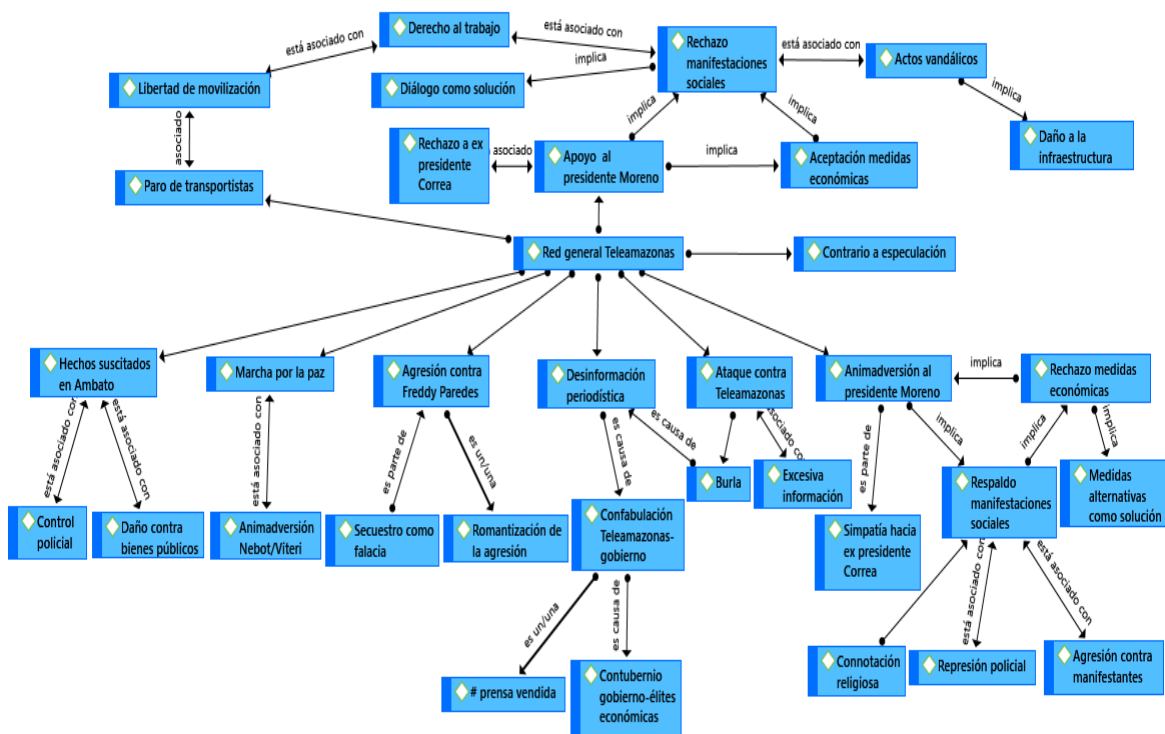
Elaboración: El autor a partir de ATLAS.ti

En esta red, conformada a partir de la publicación #7 de RT, en la que de la misma manera que el resto de códigos, en la parte superior fueron ubicados códigos convergentes, en la parte inferior códigos divergentes y los neutrales en una posición horizontal, con respecto al código central, podemos observar basados en los criterios explicados con anterioridad que el número de códigos convergentes es evidentemente superior a los códigos divergentes, por lo que la credibilidad que tienen los usuarios en relación a la publicación del medio es alta.

Pero no exclusivamente el número de los códigos indicaron si la publicación gozó de una alta o baja credibilidad, sino que la carga o frecuencia con la que un código se repite, determinó también la credibilidad de la publicación. Los códigos madre o los que en las publicaciones se hayan repetido con mayor frecuencia, son los que se escogieron para estructurar las redes generales de Teleamazonas y RT.

La red general para el caso del mass media Teleamazonas se estructuró así:

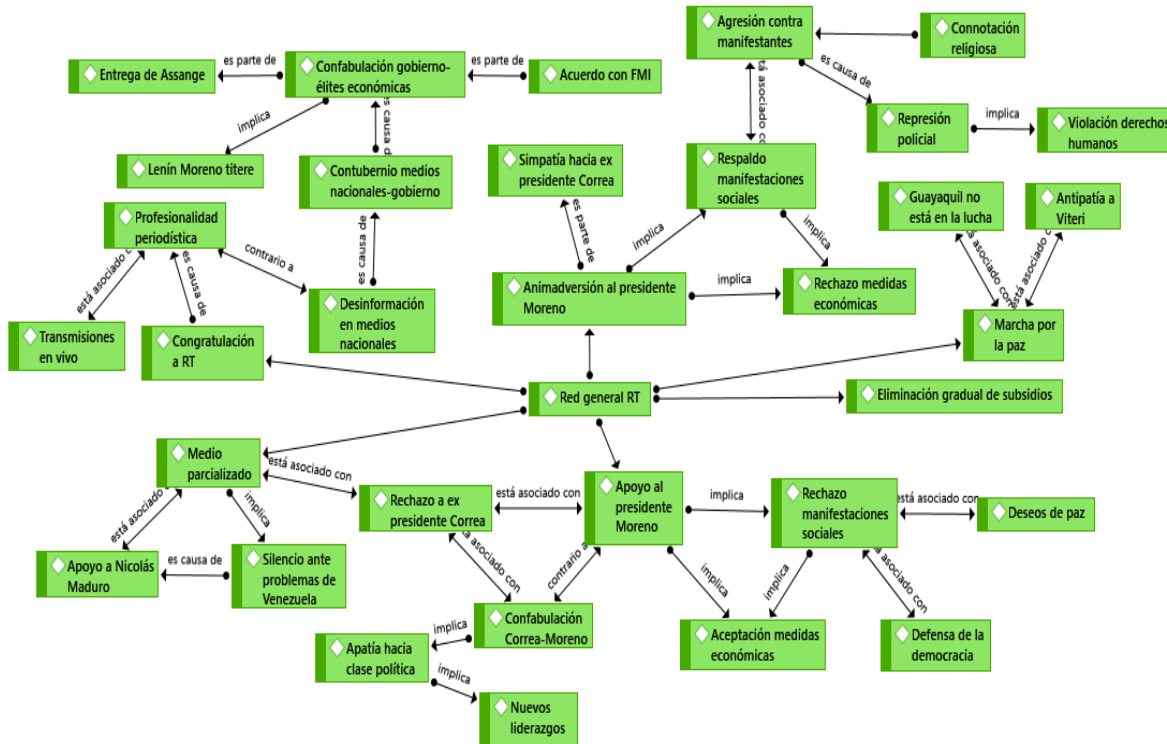
Red semántica #3. Red general Teleamazonas



Elaboración: El autor a partir de ATLAS.ti

La red general en el caso del medio de comunicación RT quedó estructurada de la siguiente forma:

Red semántica #4. Red general RT



Elaboración: El autor a partir de ATLAS.ti

A partir de la elaboración de las redes generales, se procedió con el Análisis del Discurso para el caso de la red de Teleamazonas y para la red de RT.

7.4.1. Análisis del Discurso Teleamazonas

En el caso de los discursos de Teleamazonas, tenemos como los hechos más relevantes citados por los usuarios el paro de transportistas, los hechos suscitados en Ambato, respecto del boicot a antenas de comunicación, la marcha por la paz dirigida por la alcaldesa Viteri y el ex alcalde Nebot, la agresión contra el periodista de Teleamazonas Freddy Paredes en el ágora de la casa de la cultura y el ataque contra las instalaciones de Teleamazonas. El paro de los transportistas¹ se constituyó como un hecho convergente, puesto que los usuarios comentaban

¹ Publicación #1 Teleamazonas, p. 114.

rechazar el paro de transportistas, en tanto alegaban que no se tenía una libertad de movilización, y que además este grupo no permitía a las personas salir a trabajar.

En cuanto a los hechos de Ambato, el público expresaba que Teleamazonas no informó sobre los daños contra bienes públicos por parte de los manifestantes, por lo que exigían un mayor control policial. Es decir, este hecho se constituye como divergente, por el mal trabajo periodístico de Teleamazonas respecto de aquello. El resto de acontecimientos también fueron divergentes. En el caso de la marcha por la paz en Guayaquil, se criticaba las acciones de la alcaldesa y del ex alcalde Nebot; los usuarios entendían que esta marcha fue opuesta al clamor ciudadano, por lo que se evidenció un fuerte rechazo a esta marcha por la paz. En relación a la agresión que sufrió el periodista Freddy Paredes de Teleamazonas², los usuarios comentaban que los periodistas que se encontraban en el ágora de la casa de la cultura, incluido Paredes, no se encontraban secuestrados sino por voluntad propia, por lo que advertían que Teleamazonas mentía respecto de ese acontecimiento. Además, esta falacia se relaciona directamente con una romantización de la agresión hacia el periodista Freddy Paredes, porque Teleamazonas rechazaba la agresión que sufrió su periodista y presentaron una denuncia en contra del agresor. No obstante, los usuarios sostenían que Teleamazonas no denunció las agresiones contra los manifestantes indígenas. Advertían que algunos de ellos, murieron por la excesiva represión policial en las protestas y que esos crímenes quedarían en la impunidad. Con todo esto denunciaban que la integridad y vida de una sola persona, como la del periodista de Teleamazonas, valió mucho más que la vida de indígenas, agredidos y muertos durante las manifestaciones. Por otra parte, en cuanto al ataque contra Teleamazonas³, gran parte de los usuarios expresaron que hubo una excesiva información respecto de ese hecho, y que debido a esta gran cobertura, no se transmitieron las protestas populares y la agresión que sufrían los manifestantes por parte de las fuerzas del orden. Respecto de este acontecimiento, el público detentó un discurso sarcástico, en el cual primó la burla hacia Teleamazonas. Gran cantidad de usuarios como burla comentaron que el ataque

² Publicación #9 Teleamazonas, p. 118.

³ Publicación #12 #13 #14 Teleamazonas, p. 120, 121.

fue mentira, que no sucedió nada, que continúen laborando con normalidad, etc. Esta actitud de los usuarios se puede entender justamente ante el silencio informativo de Teleamazonas, respecto al sesgo y a la no transmisión de los enfrentamientos entre la policía y los manifestantes.

Uno de los principales discursos neutrales en el caso de Teleamazonas, y que fue ubicado en la red, fue respecto de la especulación y el aumento de precios que con esta se dan. Este tema no indicó una postura política ni mediática, por lo que fue ubicado de manera horizontal en relación al código central.

Si analizamos al tópico neto de las manifestaciones, como ya se había identificado en la fase de la observación, gran parte de los usuarios mostraron animadversión hacia el presidente Moreno, y ello implicaba un rechazo a las medidas económicas emitidas por el ejecutivo, principalmente al decreto 883, por lo que algunos usuarios, planteaban medidas alternativas para solucionar la crisis económica, como la reducción del número de assembleístas, la reducción del salario a assembleístas y funcionarios públicos o la eliminación de los sueldos vitalicios para ex presidentes. Este rechazo a las protestas también implicaba un apoyo o respaldo a las manifestaciones sociales. Respecto de aquello, los usuarios denunciaban una fuerte represión policial a los manifestantes, expresaban que los policías no se unían al pueblo y que estaban de lado de un gobierno nefasto. Una parte del público online, denotaban una connotación religiosa en sus discursos, principalmente esta connotación se vinculaba con un respaldo a las manifestaciones sociales, en donde pedían a Dios por el resguardo de los manifestantes. Cabe añadir que los usuarios contrarios a la figura del presidente Moreno, tenían una simpatía hacia el ex presidente Moreno, pero no en su totalidad, puesto que algunos rechazaban la figura del presidente, pero no mostraban una simpatía hacia el ex presidente Correa.

Por el contrario, una mínima parte de los usuarios demostró un apoyo al presidente Moreno durante la crisis de octubre, lo que a su vez implicaba una aceptación de las medidas económicas promulgadas por el ejecutivo, lo que implicaba a su vez un rechazo a las manifestaciones sociales. El apoyo al presidente Moreno estuvo directamente relacionado con un rechazo hacia el ex presidente

Correa, ya que algunos usuarios lo acusaban de ser el causante de la crisis y del caos social. El rechazo a las manifestaciones sociales de algunos usuarios está vinculado con actos vandálicos. Expresaban que las protestas se traducían en actos de vandalismo, lo que provocaba un daño a la infraestructura e impedían a las personas su derecho a salir a trabajar. Estos usuarios planteaban el diálogo como solución, pero ese llamado al diálogo debía venir primeramente de parte de los manifestantes, no así del gobierno.

Y en relación al aspecto clave de la red, que se refiere al medio de comunicación en sí, analizamos que Teleamazonas para la mayoría de usuarios, no ejerció un periodismo basado en la profesionalidad, en la verdad, sino que imperó la desinformación periodística, es decir, información no verídica, o información sesgada y parcializada. Esta forma de mostrar las noticias, se debe a una confabulación entre el mass media Teleamazonas con el gobierno de Lenin Moreno, lo cual es una causa de un contubernio entre el gobierno con las élites económicas. Debido a ello, gran cantidad de usuarios, algunos de modo sarcástico, utilizaron hashtags como prensa vendida o prensa corrupta, para expresar su desacuerdo y rechazo a la labor periodística de Teleamazonas, en este caso, en cuanto a las publicaciones del canal en Facebook.

En definitiva, con estos códigos, se pudo constatar que para los usuarios, el mass media Teleamazonas en términos generales, y las publicaciones del mismo en términos específicos, goza de una baja credibilidad. Esta baja credibilidad se debe a que para los usuarios, Teleamazonas estuvo apartado de las manifestaciones sociales, y que Teleamazonas ejerció un periodismo parcializado, porque no denunció las agresiones contra los manifestantes, y porque defendieron las decisiones tomadas por el presidente Moreno.

7.4.2. Análisis del Discurso RT

Para el caso del mass media RT, a diferencia de la red de Teleamazonas, los usuarios no se refirieron a diversos temas como por ejemplo el paro de transportistas o la agresión contra Freddy Paredes, debido a que estos tópicos estuvieron en las publicaciones del medio Teleamazonas. Como un acontecimiento

relevante en los discursos, y que fue catalogado como convergente, citamos la marcha por la paz en Guayaquil, en la que el público online señalaba que Guayaquil no se unía a la lucha popular, a la vez que demostraban antipatía hacia la alcaldesa Viteri.

En cuanto a los códigos divergentes con respecto al medio, tenemos que algunos usuarios, criticaban la labor de RT, porque argüían que RT es un medio parcializado, en tanto el medio no transmite la realidad de los problemas sociales que atraviesa Venezuela, a la vez que denunciaban un apoyo del medio RT hacia el presidente Nicolás Maduro y al ex presidente de Ecuador Rafael Correa, puesto que comentaban que Correa es un empleado de RT. Por otra parte, una minoría de usuarios demostró un apoyo al presidente Moreno, lo que implica también una aceptación de las medidas económicas y un rechazo a las manifestaciones sociales. Estos usuarios se mostraban contrarios a las protestas populares porque indicaban que el caos provocado por las marchas, son intentos de desestabilización y que por tanto hay que respetar y defender la democracia. Estos usuarios ansiaban también paz, pero esta paz debía darse por una claudicación de los grupos sociales de sus exigencias, por tanto, el presidente debía mantenerse firme en los decretos económicos. Como códigos divergentes podemos indicar también que algunos usuarios expresaban un rechazo al ex presidente Correa, lo cual estaba asociado con un respaldo al presidente Moreno, pero también, el público demostraba una animadversión tanto hacia el ex presidente Correa como al presidente Moreno, mostrando una apatía hacia la clase política y demandaban la llegada de nuevos liderazgos para solucionar la crisis social del Ecuador. Este nuevo liderazgo debía venir del sector indígena, y ponían como ejemplo la figura del prefecto del Azuay Yaku Pérez. Esta aversión hacia el sistema político se evidenció con una publicación del medio RT, en el que se anunciaba que Rafael Correa podía llegar y ser quien restaure el orden de la república⁴; no obstante, gran cantidad de usuarios rechazaban esta posibilidad y no aceptaban que Correa sea el idóneo para solucionar la crisis del Ecuador.

⁴ Publicación #6 RT, p. 125.

En relación a un discurso neutral, se seleccionó uno referido a una eliminación gradual de los subsidios. Este discurso se refería a una eliminación focalizada de los subsidios, y que esta debía ser socializada previamente con la población, por lo que esta postura política es neutral, en tanto, no se evidencia ni un apoyo total hacia las medidas económicas, pero tampoco un rechazo absoluto.

En cuanto a los códigos convergentes, tenemos que prácticamente la totalidad de usuarios, indicaban una animadversión hacia el presidente Lenin Moreno, los cuales en parte tenían una simpatía hacia el ex presidente Correa. Este rechazo al presidente de la república, implicó también un apoyo a las manifestaciones sociales, a la vez que un rechazo de las medidas económicas. En relación a las protestas populares, los usuarios denunciaban la fuerte represión que sufrieron los manifestantes, causada por una extrema represión policial, lo cual provocó la muerte de algunos manifestantes, por lo que los usuarios denunciaban violaciones a los derechos humanos. A la vez se denunciaba un ataque a centros de albergue por parte de la policía nacional. Justamente en base a la agresión que sufrieron los manifestantes, los usuarios detentaron una connotación religiosa en sus discursos, expresando que Dios salvaguarde a los manifestantes y que los cuide ante la fuerte represión de parte de la policía nacional.

Respecto de la temática principal de la red, referida al mass media RT en sí, se tiene que gran parte de los usuarios agradecieron a RT la labor periodística ejercida en Ecuador, esta congratulación se debió a que RT transmitió las protestas sociales en vivo; transmisiones en las que inclusive, se produjo una agresión hacia un periodista de RT. Las transmisiones en vivo lo relacionaban con una profesionalidad periodística, indicando que se trata de un medio imparcial, neutral, y que se basaba en la verdad de los hechos. Contrario a este ejercer periodístico, exceptuando al medio radial Pichincha Universal, en el que los usuarios denunciaban que el gobierno intentó cortar la señal de esta radio, el público online denunciaba una desinformación ejercida por medios nacionales como Ecuavisa o Teleamazonas. Denunciaban que los medios nacionales no transmitían las protestas sociales y que no estaban de lado del pueblo ecuatoriano. Esto es causa

del contubernio entre estos medios con el gobierno de Lenin Moreno, y este contubernio es a su vez causa de una confabulación entre el gobierno con élites económicas empresariales. Parte de esta confabulación se debe al acuerdo suscrito con el Fondo Monetario Internacional, en donde este ente internacional, dictó una serie de medidas de carácter económico, que Ecuador debía seguir, para reducir su déficit fiscal y solucionar su crisis económica. Como una garantía de que el acuerdo estaba establecido, fue también la entrega de Julian Assange cuando fue expulsado de la embajada de Ecuador en Londres y entregado a las autoridades británicas. Ante esta confabulación entre el gobierno con las élites económicas, los usuarios dan cuenta que el presidente Lenin Moreno es un títere, manejado por el gran poder económico, por las grandes élites económicas, por lo que estos grupos son el poder detrás del poder.

En definitiva, la credibilidad de RT para los usuarios es eminentemente alta, en tanto los usuarios señalaban que RT ejerció una adecuada labor periodística, debido a que transmitieron en vivo las protestas populares, por lo que consideraron a RT como un medio que emite la verdad y que no está alineado al gobierno de Lenin Moreno. Además, RT se sumó a las percepciones de los usuarios, en el sentido en que RT catalogó a las medidas económicas como un paquetazo, debido al acuerdo entre el FMI con el gobierno, y que afectarían al pueblo. En las publicaciones de RT, igualmente los usuarios denunciaron el nulo trabajo periodístico de los medios nacionales, tachándolos de medios vendidos al poder de turno, en este caso, al gobierno de Lenin Moreno, y que ello se debía a que los grandes grupos económicos manejaban las políticas del ejecutivo, y en base a ello, denunciaron que la prensa nacional, se trata de una prensa mercantil, que no vela por las demandas e intereses del pueblo.

Con la obtención de las redes semánticas generales de Teleamazonas y de RT, se respondió la tercera pregunta de investigación y se cumplió con el objetivo específico tercero, toda vez que los elementos semánticos encontrados en los discursos, fueron los códigos obtenidos de cada uno de los discursos, y la descripción de estos elementos semánticos, fue el análisis en sí del discurso, que

se aplicó tras la elaboración de las respectivas redes semánticas para cada uno de los mass media.

8. Discusión con los resultados

En esta sección, vincularemos los resultados de las tres técnicas de investigación, como son el mapeo de discursos, el análisis de contenido y el análisis del discurso, con las teorías y autores del área de la sociología de la comunicación, como son Noam Chomsky, Jürgen Habermas, Manuel Castells y las teorías de la Agenda Setting y de los Efectos de los medios de comunicación, con el fin de refutar o aceptar cada una de las teorías, y así comprobar si estas teorías siguen vigentes y son aplicables a la realidad de la comunicación que ejercen los mass media en redes sociales, tomando como contexto a las manifestaciones sociales del mes de octubre del 2019 en Ecuador.

8.1. Teorías de manipulación mediática

Partiendo de lo expresado en la obra los guardianes de la libertad de Chomsky (1990) en donde básicamente habla de la relación que tienen los medios de comunicación con los usuarios, basada en un sistema de propaganda, en la que los mass media tratan de crear un consenso sobre las masas, en donde el poder de los medios de comunicación radica también en la alianza que tienen los medios corporativos con los grandes grupos hegemónicos económicos, como los banqueros y las grandes empresas multinacionales; pero que no obstante, el poder de los mass media no es vasto, puesto que el rebaño a logrado obtener mayor conciencia, lo que ha permitido que la manufactura del consenso quede limitada; con los resultados obtenidos, en el que la credibilidad que detenta Teleamazonas es baja, y la credibilidad de RT para los usuarios es alta por los motivos explicitados en los resultados anteriormente, cabe indicar que la teoría de Chomsky como tal, no es aplicable a los resultados de nuestro caso de investigación, en tanto se evidenció que un medio corporativo como Teleamazonas, cuyo dueño es Fidel Egas, uno de los mayores empresarios del país, no tuvo un consenso hacia los usuarios. Los usuarios que siguieron a Teleamazonas no aceptaron los designios de esta clase especializada y del dueño de la sociedad, que puede ser Egas, puesto

que la mayoría de usuarios refutó las publicaciones de este medio, dotándolas de una nula credibilidad. Por ejemplo, gran cantidad de usuarios no aceptó el relato de Teleamazonas al decir que el periodista Freddy Paredes estuvo secuestrado en el ágora de la casa de la cultura en Quito, y criticaron que para Teleamazonas, las protestas fueron vandálicas o la victimización del medio Teleamazonas frente al ataque en contra de sus instalaciones. En este sentido, el mass media Teleamazonas no ejerce un poder que pueda moldear la percepción de los usuarios, sino más bien se convierte en un ente cuestionable, en donde se evidencia una rebeldía de parte del rebaño, hacia la clase especializada. Los resultados de la investigación si se alinean más a los cambios que hizo Chomsky respecto de su teoría, en el sentido de que el rebaño ha ganado en tener un mayor sentido crítico respecto de lo que percibe por parte de los medios de comunicación, y en donde los medios de comunicación no son entes que mueven los imaginarios ciudadanos a su antojo. En este sentido, las redes sociales como Facebook se constituyen en espacios en los que los usuarios pueden expresar con una mayor libertad su desacuerdo o cuestionar la línea propagandística de cualquier mass media, como justamente se evidenció con la mayoría de usuarios, que fue crítico y contrario a los lineamientos mediáticos del mass media Teleamazonas, por lo que el efecto es que Teleamazonas gozó de una baja credibilidad. Con respecto a RT, si bien el medio de comunicación detentó una alta credibilidad sobre los usuarios, no obstante no se puede afirmar que el medio como tal detenta un poder superior al de Teleamazonas, sino que los usuarios que comentaban en las publicaciones de RT, lo hicieron en base a sus preconcepciones y vivencias, por lo que en el caso de este medio ruso, existe un consenso, pero no precisamente una manufactura del consenso, porque el medio no fábrica un consenso para tener la aceptación del público, sino que el público en base a sus imaginarios y estructuras mentales, otorga al medio una aceptación, y por tanto así, un consenso. Esto se evidencia en que los usuarios que seguían las publicaciones de RT, se congratulaban con el hecho de que RT transmitiera los acontecimientos desde las calles, o de que consideraran las medidas económicas como un paquetazo. Este relato caló en gran cantidad de usuarios, que vieron en las medidas económicas, en especial el decreto 883, como

sus intereses y su bienestar se veían menoscabados. Por otra parte Chomsky en su teoría, al referirse a medios corporativos, se refiere a mass media tradicionales, de derecha, hegemónicos y a merced de los designios de USA, pero no habla directamente del poder que también pueden detentar medios no alineados a las políticas de USA como RT o Telesur, por lo que el análisis del medio RT no se lo puede relacionar directamente con las teorías del filósofo estadounidense Noam Chomsky, como si sucede con el caso de Teleamazonas.

8.2. Teoría de la Acción Comunicativa

Si nos referimos a la teoría de la acción comunicativa de Habermas, cabe indicar que en el contexto de las protestas de octubre del 2019, el mass media Teleamazonas no ejerció una acción comunicativa, mientras que el medio RT si ejerció una acción comunicativa. Si recordamos que la teoría de la acción comunicativa en síntesis se refiere a una comunicación en la que el individuo no es instrumentalizado en su racionalidad, en donde parte de un acto ilocucionario hasta uno perlocucionario con fines de entendimiento; es decir, una comunicación transparente y basado en la verdad, sin buscar con esta comunicación algún fin oculto (Habermas, 1999) claramente, el proceder comunicativo del medio Teleamazonas en base a sus publicaciones, y por lo expresado por los usuarios, evidenció una acción comunicativa débil o una pseudo acción comunicativa, porque con su editorial periodística, se faltó a la verdad de los hechos y se evidenció un fuerte sesgo mediático. En esta misma línea, el fin oculto del medio Teleamazonas fue el de respaldar al presidente Lenin Moreno, porque el sostén de Moreno, según el propio discurso de los usuarios, son los grandes grupos económicos, los grandes banqueros, como el dueño de Teleamazonas que es Fidel Egas, y es que por esta alianza, se permite que los grandes grupos de poder continúen acaparando riqueza en detrimento de los derechos de los ciudadanos. La no acción comunicativa ejercida por Teleamazonas se explicita con el relato de algunos hechos que fueron entendidos por los usuarios como falaces; por ejemplo, narraciones del medio haciendo referencia a que todos quienes se manifestaban eran vándalos, que destruían la propiedad pública y privada, al decir que los policías fueron los más afectados por las agresiones que sufrieron por parte de los manifestantes, etc; toda

vez que los usuarios señalaban que las protestas sociales fueron porque las medidas económicas mancillaban sus derechos y de que en realidad, la policía reprimió con excesiva dureza a los manifestantes. En cambio en el caso de RT, si se dio una acción comunicativa como tal, en tanto los usuarios en términos generales señalaban que este medio si transmitió la verdad, que fue un medio que acompañó al pueblo en su lucha y que no tenían alianzas con el gobierno ni con grandes grupos de poder; por ejemplo, los usuarios sostenían que la verdad informativa del canal RT, se produce porque entendieron las causas y demandas sociales, con acciones como las transmisiones en vivo o con la publicación referida a los señalamientos peyorativos de la ministra María Romo al accionar mediático de RT en las protestas del Ecuador. No obstante, cabe indicar que un reducido número de usuarios indicó que el medio si instrumentaliza su trabajo mediático, y se refieren a que RT no emite la verdad respecto de lo que sucede en Venezuela y que respalda al presidente de ese país Nicolás Maduro, pero como ya se mencionó, en cuanto al contexto de nuestra investigación, que son las protestas populares de Ecuador, si se produjo una comunicación transparente, en la que no se instrumentalizó la racionalidad de los usuarios en la red social Facebook, y es justamente debido a ello, que el mass media RT, gozó de una alta credibilidad para los usuarios, que ya están dotados de una mayor capacidad crítica y de racionalidad respecto de la información que como público perciben. Como podemos observar, los planteamientos del filósofo Habermas son totalmente aplicables a nuestro caso de estudio, así la teoría de la acción comunicativa se constituye como una teoría válida a pesar del tiempo transcurrido, de los cambios sociales y del modo de interactuar de los individuos, en donde los espacios virtuales como las redes sociales, son un nuevo campo de comunicación entre distintos actores sociales.

8.3. Medios de comunicación y política

En relación a los postulados presentes en la obra Comunicación y Poder de Castells (2009) referidos principalmente al poder que ejercen los medios de comunicación sobre los usuarios, en donde los medios de comunicación moldean la mente de los individuos para tener legitimidad, y que este poder se basa en una búsqueda de mayor rentabilidad, puesto que son entes corporativos que están en

manos de grandes grupos empresariales con un fuerte capital cultural y principalmente económico, y que no obstante, se produce una lucha entre este poder hegemónico, y un poder contra hegemónico, que es el de las organizaciones sociales; debemos partir de que las redes sociales como Facebook, son parte de la sociedad red, y en estas redes sociales, los individuos gozan del poder de la auto comunicación, porque los usuarios interactúan entre sí y pueden emitir sus pensamientos e ideas en esa red social. En el caso del mass media Teleamazonas, como ya se comentó, los usuarios dieron cuenta de una confabulación entre Teleamazonas y el gobierno, y a su vez un contubernio entre el gobierno y las grandes élites económicas, como lo es el FMI; por lo que en efecto, en base a lo que indica Castells, el medio privado Teleamazonas goza de poder, pero no de legitimidad, en tanto el público criticó lo emitido por este mass media, y no dio validez a lo expresado por este medio en sus publicaciones, toda vez que los usuarios en sus relatos, denostaban en contra de las publicaciones de Teleamazonas, al rechazar las narraciones respecto de que los manifestantes destruyen la propiedad, de que impiden a la gente a seguir trabajando y produciendo, etc. En este punto, se reafirma lo que indica Castells, en el sentido de que el poder contrahegemónico, como son el de las organizaciones sociales, en el caso de las protestas de octubre, los grupos indígenas, lucharon contra ese poder en las calles, contra el poder del presidente Moreno y contra el poder detrás del poder, que es el de los grupos económicos poderosos globales, y esta lucha, se tradujo a los espacios virtuales como las redes sociales, en donde gran parte de los usuarios apoyo las manifestaciones sociales y se mostraron en contra del gobierno y de sus medidas económicas. Es así que ante la inexistente legitimidad del trabajo periodístico de Teleamazonas, el medio gozó de escasa credibilidad ante los usuarios. En el caso de RT, evidentemente por lo que argumentaban una minoría de usuarios, el medio público ruso detentó un poder, ya que hay un contubernio entre este medio y el gobierno de Nicolas Maduro en Venezuela, pero a diferencia de Teleamazonas, en el contexto de las protestas de octubre, este medio si logró legitimidad de parte de los usuarios porque este mass media transmitió las protestas populares, a la vez que mostró las represiones de parte de la policía que sufrieron

los manifestantes, por lo que en base a esta validez informativa, el medio público de Rusia gozó de una fuerte credibilidad ante los usuarios. Respecto de la auto comunicación de las masas en Facebook, esta se evidenció en el hecho de que varios usuarios con sus discursos, publicaban videos o imágenes de la fuerte represión policial, o discursos textuales en donde algunos usuarios, manifestaban su propia experiencia en las calles, en las que argumentaban que la violencia en contra de los manifestantes fue brutal. De esta manera, la teoría de Castells es totalmente válida para la presente investigación, porque si bien los grandes medios gozan de un poder y buscan mayor rentabilidad en base a sus alianzas con grandes grupos empresariales, sobre todo el caso de Teleamazonas, también es cierto que las dinámicas interactivas en la sociedad red, han permitido que el poder contra hegemónico despierte y que puedan ser críticos ante la realidad acontecida y que no se produzca un moldeamiento de sus imaginarios ni de sus percepciones, sino que los usuarios se constituyan como sujetos activos y rebeldes ante el poder corporativo de los medios de comunicación, como se evidenció, principalmente en el caso de Teleamazonas.

8.4. Teoría de la Agenda Setting y teoría de los Efectos de los medios de comunicación

Si discutimos los resultados en relación a la teoría de la Agenda Setting, podemos indicar que en efecto, los medios de comunicación Teleamazonas y RT seleccionaron distintos temas que fueron publicados en la plataforma Facebook. Por ejemplo, para el caso de Teleamazonas, los temas que fueron prioritarios fueron el ataque a las instalaciones del canal o la agresión en contra del periodista Freddy Paredes. Al entender los temas que estuvieron en las publicaciones de Teleamazonas, podemos señalar partiendo de los discursos de los usuarios, que la agenda de este mass media fue apoyar las medidas del ejecutivo, a su vez que respaldar al presidente Lenin Moreno y mostrarse contrarios contra las manifestaciones populares. En este sentido, el medio Teleamazonas careció de una influencia sobre el público, aunque la influencia como tal no fue posible determinar en este trabajo de investigación; pero evidentemente si Teleamazonas detentó una credibilidad nula, su influencia fue inexistente. En el caso de RT, la agenda versó

sobre la transmisión de las protestas populares, y esta agenda fue bien acogida sobre el público. En este sentido, si bien el medio RT gozó de una alta credibilidad, no se puede afirmar ni refutar si goza de una influencia sobre los usuarios, porque como ya se indicó, Facebook se convirtió en un espacio en el que el público emitió sus opiniones y percepciones, debido a preconcepciones, pero no directamente por un moldeamiento del medio de comunicación en sí. En vista de aquello, esta teoría no es totalmente aplicable a nuestro caso de estudio, por la imposibilidad de determinar una influencia como tal sobre los individuos, aunque si es posible indicar sobre que versó la agenda de Teleamazonas y RT.

Respecto de la teoría de los Efectos de los mass media, recordando que es una teoría que recoge los distintos momentos históricos de la relación que ejercen los medios sobre el público, en base a los resultados de la investigación, se cumple la cuarta fase de la teoría de los efectos, que se refiere a una influencia mediática negociada. Si bien no se pudo establecer una influencia; no obstante esta cuarta fase habla de que se da una negociación entre el medio y el público, y que el usuario tiene la potestad de elegir si creer en lo que emite el mass media o no en base a las significaciones que emiten los medios. En este sentido, los usuarios de Teleamazonas se mostraron incrédulos respecto de lo que emitía este mass media, y Facebook demostró ser un espacio en el que los usuarios cuestionaban las noticias que difundió este medio; por lo que la negociación que pretendió Teleamazonas no se logró, toda vez que para los usuarios, las publicaciones del medio no gozaron de credibilidad, toda vez que los usuarios rechazaron las medidas económicas y la figura del presidente Moreno, cuestión que fue respaldada por Teleamazonas. En el caso de RT, los usuarios creyeron en lo publicado por este mass media; por tanto las significaciones de RT fueron también las significaciones presentes en el discurso de los usuarios, porque la mayoría de los discursos son convergentes por lo publicado por el medio RT; en el sentido de que ambas partes demostraban un rechazo hacia las medidas económicas del gobierno, a la vez que un respaldo a las distintas manifestaciones populares sucedidas durante los días de las protestas. Por tanto, la teoría de los efectos, en específico la cuarta fase de esta teoría, se acepta y no es refutable en base a los resultados de la investigación.

CAPÍTULO IV

9. Conclusiones

Luego de relacionar nuestros resultados con las teorías de los autores tomados para esta investigación, podemos establecer las dos principales conclusiones de este trabajo de investigación, con lo cual se responde al objetivo y a la pregunta general del presente análisis de caso:

1.- El mass media Teleamazonas tiene escasa credibilidad ante los usuarios debido a que las publicaciones del medio fueron para los usuarios, publicaciones parciales, con sesgo mediático y no neutrales; puesto que este mass media se alinea al discurso del presidente de la república, toda vez que los usuarios evidenciaron un contubernio entre este medio y el gobierno, a su vez que una confabulación entre el gobierno con los grandes grupos empresariales, que detentan un gran capital económico, por lo que gran parte de los usuarios expresaron su rechazo a la labor periodística de Teleamazonas y denunciaron que el medio no transmitía la verdad de los acontecimientos, debido a que los intereses de Teleamazonas no estaban conjugados con los intereses del pueblo ecuatoriano, sino con los intereses de los grandes grupos de poder hegemónico. De esta manera podemos indicar también que la credibilidad hacia el presidente Lenin Moreno es escasa, y principalmente, se evidencia que en efecto, Teleamazonas es un medio de derecha que protege a los gobernantes de esa línea política, y que el gran sector empresarial, es el único beneficiado ante los decretos del ejecutivo, porque este sector, es quien sostiene al presidente Moreno, y a su vez, este sector maneja la comunicación del canal privado Teleamazonas, por lo que evidentemente, durante la crisis social de octubre, se comprobó esta alianza entre el mass media Teleamazonas con el gobierno y con los grandes grupos de poder económico; pero ante ello, la red social Facebook se presentó como un espacio en el que el público ganó mayor poder en base a que los usuarios expresaban sus propias opiniones, imaginarios, pareceres y percepciones sobre el accionar comunicativo de Teleamazonas en relación al contexto de las protestas de octubre, por lo que la ciudadanía detenta una mayor capacidad de criticidad y de cuestionamiento ante el

poder hegemónico, por lo que hay un empoderamiento ciudadano en espacios virtuales como Facebook.

2.- El mass media RT goza de alta credibilidad ante los usuarios, debido a que las publicaciones del medio fueron para los usuarios, publicaciones basadas en la verdad de los hechos, neutrales, imparciales y sin ningún sesgo mediático, por lo menos respecto al contexto de las protestas de octubre del 2019; porque como ya se señaló, existió una crítica respecto de la cobertura informativa relacionada con la realidad que atraviesa Venezuela, pero al no ser ese el contexto de nuestra investigación, el medio tiene una fuerte credibilidad, toda vez que el discurso de este medio se alineó con el discurso de los usuarios, en el sentido en que se rechazaron las medidas económicas promulgadas por el presidente de la república, catalogándolas como un paquetazo, a la vez que se apoyó y se denunció la represión que sufrieron los manifestantes por parte de las fuerzas del orden. Esta alta credibilidad se debe a que RT, a diferencia de los medios nacionales, pasó las transmisiones en vivo, y justamente por esta distinta labor periodística, los usuarios denunciaron tal y como lo hicieron en las publicaciones de Teleamazonas, que los medios nacionales estaban alineados con el presidente de la república Lenin Moreno, y con los grandes grupos de poder económico y corporativo. Es por esto que los usuarios aplaudieron la labor mediática del medio público ruso. Con esto, se corroboró que la credibilidad hacia el presidente es nula, así también se comprobó que gran parte de los usuarios no respaldaron las medidas económicas y más bien, mostraron un apoyo a la lucha de los manifestantes. No obstante, este lineamiento informativo de RT, se puede entender debido a que, como señalaban algunos usuarios, RT es un medio de izquierda, que protege a gobiernos como el de Venezuela o apoya al ex presidente de Ecuador Rafael Correa, y que si bien ejercieron un excelente periodismo durante las protestas de octubre, esto se debe a que el gobierno de Lenin Moreno es de derecha y contrario al ex presidente Correa. Es así que Facebook, como en el caso de Teleamazonas, se constituyó como un espacio en que los usuarios expresaron sus percepciones, ideas y opiniones, con respecto al medio público RT en base al contexto político, económico y social de las protestas del mes de octubre del 2019.

10. Recomendaciones

Como recomendaciones que surgen en base al trabajo investigativo, se presentan las siguientes:

Ejecutar una investigación que implique la realización de trabajo de campo, que involucre entrevistas a un público determinado, en relación a las protestas de octubre del 2019 y que tome como telón de fondo la labor de los medios de comunicación, para conocer de primera mano su perspectiva directa en cuanto a ese evento eminentemente político.

Ampliar para una investigación futura, un trabajo online que se trabaje en otras redes sociales como Twitter, Instagram o YouTube.

Trabajar en un modelo de investigación online que analice las publicaciones de los medios de comunicación como principal campo de estudio, y que tome los discursos como una fuente secundaria de investigación.

Efectuar una investigación, que involucre un trabajo de campo en el cual se hagan entrevistas a periodistas que trabajen en medios de comunicación, para conocer una perspectiva diferente, al del público que está en redes sociales.

Realizar una investigación que se base en el estudio de los discursos en plataformas virtuales en un contexto previo a elecciones presidenciales, para conocer las tendencias políticas de la ciudadanía.

Fomentar la participación ciudadana en medios virtuales como los social media, en especial, en sectores históricamente excluidos del Internet.

Generar nuevos y más espacios de debate en que se hable acerca del papel que juegan los mass media en su relación con los usuarios en espacios como los social media, en contextos políticos de coyuntura.

Concientizar a la ciudadanía sobre la relevancia del empoderamiento ciudadano en espacios virtuales, frente al proceder informativo de los mass media.

11. Observaciones y limitaciones

Al inicio de la investigación, el objetivo general no fue determinar la credibilidad de los medios de comunicación Teleamazonas y RT por parte de los usuarios, sino su influencia. No obstante, en el transcurso de la misma, no fue posible determinar una influencia de estos medios, principalmente porque para ello, fue necesario una investigación ex ante y ex post hacia los usuarios, cosa que hubiera sido posible únicamente mediante entrevistas hacia esos usuarios. Si partimos de que la influencia es la capacidad de ejercer un poder en base a un cambio u alteración sobre las opiniones de otro (Rengifo, 2017) entonces definitivamente para conocer aquello, hubiese resultado imperativo la realización de entrevistas a determinados usuarios, su percepción u opinión respecto de Teleamazonas, previo a las manifestaciones de octubre, y una entrevista a los mismos usuarios, luego de las manifestaciones de octubre, para saber que tanta influencia tuvo determinado medio en el contexto de las protestas de octubre; y aún con este procedimiento, hubiese resultado difícil determinar una influencia como tal, por el siguiente motivo:

En la ejecución de las técnicas para responder a los objetivos específicos y general de la investigación, se pudo constatar de que las publicaciones de los medios de comunicación en general, sirven como un puente o un espacio, en el cual los usuarios expresan su opinión, su punto de vista o su postura, respecto de determinado tema, que va en relación directa, en casi todos los casos, con lo publicado por el medio; es decir, el medio no ejerce una influencia propiamente dicha sobre los usuarios, sino que estos ya tienen un modelo mental de la realidad, sea esta política, social, económica, etc; en base a experiencias empíricas previas o en base a preconcepciones previas, pero no directamente por influencia de determinado medio de comunicación, por lo que mediante un estudio virtual o de campo, lo único que se puede conocer es la credibilidad del medio, y no así una influencia.

Al ser el presente un trabajo de investigación exclusivamente online como ya se mencionó, fue posible determinar la credibilidad que tienen estos medios, en el

contexto de las protestas de octubre. Aun así, existieron discursos de usuarios que no expresaban, ni explícita ni implícitamente, una posición respecto al medio, ni tampoco una postura política, por lo que en aquellos casos estos discursos se catalogaron como neutrales, y con una credibilidad estándar hacia el medio.

Finalmente cabe mencionar que al inicio de la investigación, el objetivo general fue hacia determinar la credibilidad de las publicaciones de los usuarios, no obstante en el transcurso de la investigación, se encontró que la credibilidad no es exclusivamente hacia las publicaciones de los mass media, sino hacia los medios de comunicación Teleamazonas y RT en sí. De manera específica si se determinó la credibilidad de las publicaciones de estos medios, pero de manera general, se determinó la credibilidad de los medios de comunicación propiamente dichos, en tanto en el contenido del discurso de los usuarios, se pudo evidenciar que estos se referían no a la publicación del medio, sino al medio propiamente dicho. Es decir, no criticaban o apoyaban la publicación del medio, sino apoyaban o criticaban al medio en sí. Además, como se señaló en la justificación; las social media, en especial las redes sociales, son en la actualidad el espacio de mayor consumo para los usuarios, es así que si la publicación de un medio tiene baja credibilidad, el medio en sí tendrá baja credibilidad. Es por esto que a nivel del objetivo general, se determinó la credibilidad de los dos medios de comunicación, pero los objetivos específicos, hicieron referencia a las publicaciones de los medios Teleamazonas y RT.

12. Bibliografía

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*. Universidad de Murcia. Murcia, España. Recuperado de: [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Barrio, J. (2017). *La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/42339/1/T38702.pdf>
- Bedoya, N. (2020). *De los Mass Media a las Redes Sociales*. Universidad tecnológica de Pereira. Pereira, Colombia. Recuperado de: <https://es.calameo.com/read/00629540188de3ada70a8>
- Bonache, J. (1998). *El estudio de caso como estrategia de construcción teórica: características, críticas y defensas*. Madrid, España.
- Bonilla, A. & López, A. (2016). *Ejemplificación del proceso metodológico de la teoría fundamentada*. Revista Scielo. Santiago, Chile. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-554X2016000300006
- Bonilla, J & Gálvez, J. (2007). *Análisis de la crisis bancaria de 1999 y sus efectos en la industria ecuatoriana en el período 1999-2004*. Escuela Politécnica Nacional. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/737/1/CD-1126.pdf>
- Calvo, C. Martínez V & Juanatey, O. (2014). *Credibilidad de los medios de comunicación: Análisis de la prensa diaria desde el comportamiento del consumidor*. Universidad de la Coruña. La Coruña, España. Recuperado de: <file:///C:/Users/User/Downloads/32303-Texto%20del%20art%C3%ADculo-102909-2-10-20150211.pdf>

- Carvajal, H. (Sin fecha). Las redes sociales en los medios de comunicación. NeoStuff. Barcelona, España. Recuperado de: <https://www.neostuff.net/las-redes-sociales-en-los-medios-de-comunicacion/>
- Castells, M. (2008). *Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red: Los medios y la política*. Revista Telos. Cataluña, España. Recuperado de: <https://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2012/07/120704.pdf>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid, España. Alianza Editorial. Recuperado de: <https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf>
- Chaves, A. (2017). *Comunicación política y redes sociales*. Universidad Pablo de Olavide. Sevilla, España. Recuperado de: http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/14553/Uso_efectividad_y_alcance.pdf?sequence=2
- Chomsky, N. (Sin fecha). *El control de los medios de comunicación*. Recuperado de: <https://cronicon.net/paginas/Documentos/paq2/No.31.pdf>
- Chomsky, N & Herman, S. (1990). *Los guardianes de la libertad: Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Editorial grijalbo mondadori. Recuperado de: <file:///C:/Users/User/Downloads/Chomsky%20Noam%20Y%20Herman%20Edward%20S%20-%20Los%20Guardianes%20De%20La%20Libertad.pdf>
- Chomsky, N. (2007). El control de los medios de comunicación por Noam Chomsky. Red Voltaire. París, Francia. Recuperado de: <https://www.voltairenet.org/article145977.html>
- Coello, P. (2019). En Quito se vivió una ardua jornada de protestas. Teleamazonas. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=EwHdv1UDibM>

Díaz, F. [Resúmenes Entelekia]. (2020, marzo 09). Habermas: Acción Comunicativa. [Archivo de video]. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=o0fBJSgYWLI>

Duchitanga, R. (2018). *Criminalización de la protesta social por la defensa de los derechos humanos y de la naturaleza, en la provincia de Zamora Chinchipe, período 2008-2016*. Universidad Andina Simón Bolívar. Quito, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6162>

El País. (2008). Facebook anuncia el lanzamiento de su versión en español. San Francisco, USA. Recuperado de: https://elpais.com/tecnologia/2008/02/08/actualidad/1202462878_850215.html

El Universo. (2019). Asambleístas correistas protestan en la asamblea y piden adelanto de elecciones. Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/03/nota/7545766/asambleistas-correistas-protestan-asamblea-piden-adelanto>

Fernández, M & Tardivo G. (2016). *La Sociología de la comunicación y la Mass Communication Research: Tradición y actualidad*. Universidad Rey Juan Carlos. España. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/122/12249678009/html/index.html>

Garrido, L. (2011). *Habermas y la teoría de la acción comunicativa*. Revista razón y palabra. México. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/ultimas/38_Garrido_M75.pdf

Gelpi, R. (2018). *Política 2.0: Las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política*. Estudio: Caso Uruguay. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/49515/1/T40361.pdf>

Gómez, L. (2010). *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas*. Universidad Pompu Fabra. España. Recuperado

de:

https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11292/teoria_efectos.pdf

González, A. (2015). Estrategias metodológicas para la investigación del usuario en los medios sociales: Análisis de contenido, teoría fundamentada y análisis del discurso. Universidad de Valencia. Valencia, España.

Gourvennec, Y. (2016). Why social media will never be like mass media. Marketing and Innovation. Visionary: Marketing & Innovation. París, Francia. Recuperado de: <https://visionarymarketing.com/2016/02/social-media-will-never-like-mass-media-social-marketing-social-selling/>

Greenfield, M. (2019). Most Popular Social Networks as of October 2019, ranked by number of active users. Statista. U.S.A. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>

Guaramaco, K. (2017). ¿Son las redes sociales medios de comunicación? Roastbrief. México DF, México. Recuperado de: <https://www.roastbrief.com.mx/2017/03/son-las-redes-sociales-medios-de-comunicacion/>

Habermas, J. (1999). *Teoría de la Acción Comunicativa I: Racionalidad de la acción y racionalidad social*. Editorial Taurus. España. Recuperado de: <https://zoonpolitikonmx.files.wordpress.com/2014/03/habermas-jurgen-teoria-de-la-accion-comunicativa-i.pdf>

Herreros, J. (2016). *Sociología de la comunicación*. Universidad Tecnológica del Perú. Lima, Perú. Recuperado de: https://www.academia.edu/35010756/LIBRO_SOCIOLOGIA_DE_LA_COMUNICACION

Hesses, S & Mazzitelli, A. (2010). Influencia de las redes sociales en los medios de comunicación. Universidad de Palermo. Palermo, Italia. Recuperado de:

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=163&id_articulo=6133

Hutt H, (2012). *Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión*. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Idrovo, C. (2015). *Medios de Comunicación y su influencia en la conducta violenta en el entorno escolar, de los estudiantes de cuarto año de la escuela fiscal mixta matutina n° 119 Dr. Teodoro Wolf de la ciudad de Guayaquil. Universidad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador:* <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8203/1/TESIS%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACI%C3%93N-%20CRISTY%20IDROVO%20R.pdf>

IPMARK. (2017). Facebook desbanca a los medios tradicionales como fuente de información. Madrid, España: <https://ipmark.com/medios-comunicacion-versus-social-media/>

Lago, S & Marotias, A. (Sin fecha). Los movimientos sociales en la era del Internet. Revista Razón y palabra. México. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n54/lagomarotias.html>

La Vanguardia. (2017). Rafael Correa y su poco aprecio por la prensa en Ecuador. Barcelona, España. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20170402/421336229121/rafael-correa-poco-aprecio-libertad-expresion-ecuador.html>

López, J. (2015). Correa revela cómo la derecha ataca a los gobiernos progresistas latinoamericanos. RT en Español. Moscú, Rusia. Recuperado de: <https://actualidad.rt.com/actualidad/170977-correa-denuncia-tacticas-arremeter-gobiernos-izquierda-latinoamerica>

Menco, L. (2016). *No a la comunicación mediática, sí a la edocomunicación, Corporación Rafael Nuñez*. Cartagena, Colombia. Recuperado de:

file:///C:/Users/User/Downloads/833-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2979-2-10-20170522.pdf

Mirom, A. (2016). Los Medios de Comunicación no son imparciales. El País. Costa Rica. Recuperado de: <https://www.elpais.cr/2016/10/09/los-medios-de-comunicacion-no-son-imparciales/>

Mendoza, I. (2013). Historia de los medios de comunicación. UtelBlog. México. Recuperado de: <https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/historia-de-los-medios-de-comunicacion/>

Moreno, J. (2019). *La comunicación estratégica en RT: Construcción de encuadres en los conflictos de Yemen y Ucrania*. Revista política y estrategia. Santiago, Chile. Recuperado de: <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaComunicacionEstrategicaEnRt-7017772.pdf>

Orellana, D. (2006). *Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa*. Universidad de Salamanca. España. Recuperado de: <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/45434/1/Tecnicas%20de%20recoleccion%20de%20datos%20en%20entornos%20virtuales%20mas%20usadas%20en%20la%20investigacion%20cualitativa.pdf>

Özgür, Y. (2018). Reflexiones sobre las redes sociales y la lucha. ANF News. Amsterdam, Holanda. Recuperado de: <https://anfespanol.com/rojava/reflexiones-sobre-las-redes-sociales-y-la-lucha-3718>

Paucar, E. (2019). El 9 de octubre se defenderá la democracia desde Guayaquil, según líderes de la ciudad. El Comercio. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/defensa-democracia-guayaquil-marcha-nebot.html>

Peinado, F. (2018). Diez cosas que aprendí viendo RT en Español durante una semana. Diario El País. Madrid, España. Recuperado de:

https://elpais.com/internacional/2018/02/12/actualidad/1518426352_741037.html

Pérez, R. Camacho, O & Arroyo, G. (2014). *Las redes sociales y el activismo*. PAAKAT: Revista de tecnología y sociedad. Universidad de Guadalajara. Guadalajara, México. Recuperado de: <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/226/339>

Piñeiro, G. (2017). Noam Chomsky. Las 10 estrategias de manipulación mediática. España: <https://kaosenlared.net/noam-chomsky-las-10-estrategias-manipulacion-mediatica/>

Plan V. (2017). Ecuador y la red de injerencias rusa en internet. Quito, Ecuador.
Recuperado de: <https://www.planv.com.ec/historias/politica/ecuador-y-la-red-injerencias-rusa-internet>

Pozas, M. (2016). El papel de los medios de comunicación según Noam Chomsky. Sociología hoy. México. Recuperado de: <https://sociologahoy.wordpress.com/2016/05/21/el-papel-de-los-medios-de-comunicacion-segun-noam-chomsky/>

Publicaciones generales Teleamazonas. (2019). Facebook. Recuperado de:
<https://www.facebook.com/search/top/?q=teleamazonas&epa=FILTERS&filters=eyJycF9hdXRob3liOiJ7XCJuYW1lXCi6XCJhdXRob3JclixclmFyZ3NcljpcijlZnZyMzMzMyNDExM1wifSlslInJwX2NyZWFOaWw9uX3RpbWUiOiJ7XCJuYW1lXCi6XCJjcmVhdGlvbI90aW1lXCIsXCJhcmdzXCi6XCJ7XFxclnN0YXJ0X21vbnRoXFxccljpcXFwiMjAxOS0xMFxcXCIsXFxclmVuZF9tb250aFxcXCi6XFxccllwMTktMTBcXFwifVwifSJ9>

Publicaciones generales RT. (2019). Facebook. Recuperado de:
<https://www.facebook.com/search/top/?q=rt%20en%20espa%C3%B1ol&epa=FILTERS&filters=eyJycF9hdXRob3liOiJ7XCJuYW1lXCi6XCJhdXRob3JclixclmFyZ3Ncljpcjlj15NjMzNDZMzI3MlwifSIsInJwX2NyZWFOaW9uX3RpbWUiOiJ7XCJuYW1lXCi6XCJcmVhdGlvbI90aW1lXCIsXCJhcmdzXCi6XCJ7X>



FxcInN0YXJ0X21vbnRoXFxcIjpcXFwiMjAxOS0xMFxcXCIsXFxcImVuZF9tb
250aFxcXCI6XFxcIjIwMTktMTBcXFwifVwifSJ9

Redacción Ecuavisa. (2019). Conaie anuncia la muerte de otro indígena en protestas. Ecuavisa. Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/541266-conaie-denuncia-muerte-otro-indigena-protestas>

Redacción El Comercio. (2019). Guillermo Lasso rechaza actos violentos producidos durante el paro del 3 de octubre de 2019. El Comercio. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/lasso-actos-protestas-violentas-medidas.html>

Redacción PuroMarketing. (2019). Las redes sociales se consolidan como canal de influencia e información. Madrid, España. Recuperado de: <https://www.puromarketing.com/16/32209/redes-sociales-consolidan-como-canal-influencia-informacion.html>

Rengifo, L. (2017). Poder, autoridad e influencia. Cumbre: plataforma de liderazgo. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://cumbre.cesa.edu.co/poder-autoridad-e-influencia/>

Robayo, L. (2019). Video: Al gobierno de Ecuador le “llama la atención” que RT transmitiera en vivo las protestas más masivas en su país en los últimos 15 años. RT en Español. Moscú, Rusia. Recuperado de: <https://actualidad.rt.com/actualidad/330360-ecuador-critica-cobertura-rusia-protestas-paquetazo>

Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda Setting: Aplicación a la enseñanza universitaria*. España. Recuperado de: <http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/opinion-publica-evolucion-de-la-teoria-de-la-Agenda-Setting.pdf>

Romero, E. (2019). Acuerdo entre el FMI y el Ecuador: Qué compromisos adquirió el país y cuáles son sus objetivos. RT en Español. Moscú, Rusia. Recuperado

de: <https://actualidad.rt.com/actualidad/318263-consecuencias-beneficios-acuerdo-ecuador-fmi>

Romero, H. (2019). Fuego y disparos: La situación en Quito tras las duras protestas por las medidas de Lenín Moreno. RT en Español. Moscú, Rusia. Recuperado de: <https://actualidad.rt.com/actualidad/330154-video-quito-tras-duras-protestas-paquetazo-lenin-moreno>

Salvador, A & Gutiérrez, E. (2010). *Redes sociales y medios de comunicación: desafíos legales*. Madrid, España. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2010/noviembre/14.pdf>

Sánchez, A. (2010). *La acción de los medios de comunicación masiva en el Ecuador: ¿Acción comunicativa o estratégica?* Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files//1272321619.trabajoteoriasocialanacristina.pdf>

Tamayo, E. (2019). 2 años de Lenín Moreno: Giro total a la derecha. América Latina en movimiento. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.alainet.org/es/articulo/200021>

Telesur, (2017). Lenín Moreno se aleja del modelo de Correa, según analistas. Venezuela. Recuperado de: <https://www.telesurtv.net/news/Lenin-Moreno-se-aleja-del-modelo-de-Correa-segun-analistas-20170808-0058.html>

Vásconez I. (2010). La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: Reflejo de un periodismo de calidad. Universidad de los Hemisferios. Quito, Ecuador. Recuperado de: [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaCredibilidadDeLosMediosDeComunicacionEnElEcuador-5896200%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaCredibilidadDeLosMediosDeComunicacionEnElEcuador-5896200%20(1).pdf)

Velasco C. (2016). Diferencias entre Facebook y Twitter: Red social vs red de contenidos. SMEmpresario social media. Buenos Aires, Argentina.



Recuperado de: <http://socialmediaempresario.com/diferencias-entre-facebook-y-twitter-red-social-vs-red-de-contenidos/>

Zabala, V & Sánchez, J. (2019). Facebook es la red social más usada en Ecuador. Ekos. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/facebook-es-la-red-social-mas-utilizada-en-ecuador>

13. Anexos

13.1. Publicaciones Medios de Comunicación

13.1.1. Publicaciones Teleamazonas

Publicación #1 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/videos/1458939510911376/?comment_id=681908982313075

Publicación #2 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/videos/434584940509838/?comment_id=434596910508641

Publicación #3 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/videos/923913571312203/?comment_id=224062421908058

Publicación #4 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/videos/723574001389336/?comment_id=2799908570021236

Publicación #5 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/posts/10157857394069114?comment_id=10157857431474114

Publicación #6 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/photos/a.323163239113/10157858884379114/?type=3&comment_id=10157858928224114

Publicación #7 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/videos/476340549762452/?comment_id=578305489580303

Publicación #8 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/posts/10157867600554114?comment_id=10157867635724114

Publicación #9 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/posts/10157866125674114?comment_id=10157866165129114

Publicación #10 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/videos/2129766937328183/?comment_id=2487647541272905

Publicación #11 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/videos/2111187462511299/?comment_id=2418822291506667

Publicación #12 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/posts/10157871070919114?comment_id=2513375482276172

Publicación #13 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/posts/10157871519829114?comment_id=10157871555974114

Publicación #14 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/posts/10157871309224114?comment_id=163034638226727

Publicación #15 Teleamazonas



Recuperado de:

https://www.facebook.com/TeleamazonasEcuador/posts/10157926815589114?comment_id=10157926854789114

13.1.2. Publicaciones RT

Publicación #1 RT

 **RT en Español** 
8 de octubre de 2019 · 

¿Desestabilización o ira popular? RT analiza la situación en Ecuador

A medida que continúan las masivas protestas contra las duras medidas de ajuste económico en Ecuador, el presidente Lenín Moreno habla de una desestabilización de origen externo, mientras algunos de sus aliados políticos se han llegado a pronunciar en contra de la reforma.

El clima de exacerbación social en el Ecuador encuentra su génesis una carta de intención con el Fondo Monetario Internacional (FMI) firmada en marzo de este año, en la cual el país andino se comprometía a un severo ajuste fiscal, una revisión de los subsidios a los combustibles, una reforma tributaria con enfoque en impuestos indirectos y flexibilización laboral.

El presidente Lenín Moreno aseguró que el incremento de precios de los carburantes en más de un 120 % es una medida necesaria que ningún gobierno tuvo la valentía de tomar y que generará un ahorro de 1.500 millones de dólares anuales al fisco.



   14 mil 1858 comentarios 18 mil veces compartida

 Me gusta  Comentar  Compartir

Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/posts/10158537050593273?comment_id=10158537298403273

Publicación #2 RT



Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/videos/2745696945461482/?comment_id=2745699758794534

Publicación #3 RT



Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/videos/720873655071473/?comment_id=720880945070744

Publicación #4 RT

 RT en Español  transmitió en vivo.
9 de octubre de 2019 · 

- Equipo de RT agredido por la policía en Quito
- Ecuador: el gobierno presenta seis propuestas para iniciar un diálogo con las comunidades indígenas

NOTICIERO RT 10/10/2019



QUITO

 **DISPERSAN CON GAS LACRIMÓGENO LA PROTESTA FRENTE A SEDE DEL GOBIERNO**

MOSCU 05:04  LES CONTRA QUIENES ATENTEN CONTRA INSTALACIONES ESTRATÉGICAS  ÚLTIMO MOMENTO 

   2,7 1 mil comentarios 1,6 mil veces compartido 119 mil reproducciones

 Me gusta  Comentar  Compartir

Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/videos/531183397716377/?comment_id=763076194142816

Publicación #5 RT

 RT en Español  transmitió en vivo.
9 de octubre de 2019 · 

Disturbios en Ecuador tras el 'paquetazo' de Lenin Moreno





   4,1 2 mil comentarios 2,8 mil veces compartido 210 mil reproducciones

 Me gusta  Comentar  Compartir

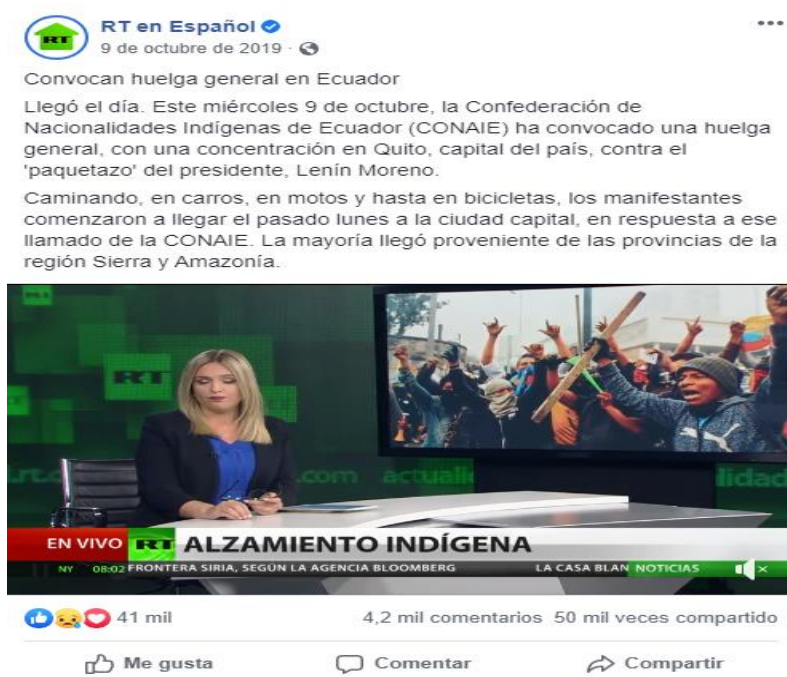
Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/videos/2299670060158987/?comment_id=195722481450926

Publicación #6 RT



Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/posts/10158540853258273?comment_id=10158540975893273

Publicación #7 RT



Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/posts/10158540317873273?comment_id=10158540580808273

Publicación #8 RT



Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/videos/2397196810534716/?comment_id=2397199810534416

Publicación #9 RT



Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/videos/519847892127695/?comment_id=519853435460474

Publicación #10 RT



Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/videos/470575580216097/?comment_id=596757081150474

Publicación #11 RT



Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/posts/10158553031373273?comment_id=761013621390802

Publicación #12 RT



Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/videos/776855386051113/?comment_id=776856606050991

Publicación #13 RT



Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/videos/939662639750004/?comment_id=2851512511527891

Publicación #14 RT

 **RT en Español**  15 de octubre de 2019 a las 13:02 ·  · 

"Llama la atención que RT transmitiera las protestas": Ministra ecuatoriana

La ministra del Interior de Ecuador, María Paula Romo, considera que Rusia está detrás del nivel de "violencia" que su país enfrentó, en materia de comunicación, durante la cobertura a las manifestaciones contra el 'paquetazo' de Lenin Moreno.

"Un nivel parecido de intensidad y de violencia al que se enfrentó en las calles del país también se enfrentó en la comunicación", como "el ataque en redes sociales" y "la cantidad de información falsa", señaló la ministra, a quien le "llama la atención que una protesta haya sido transmitida en vivo por el canal público del gobierno ruso", en referencia a RT. No obstante, reconoció que este medio, hizo cobertura "de todo lo que estaba sucediendo en las calles".



CARACAS 13:02 h/ActualidadRT PARA MÁS INFORMACIÓN VISITE: ACTUALIDAD.RT QUITO NOTICIAS

   2,6 mil comentarios · 4,2 mil veces compartido · 283 mil reproducciones

 Me gusta  Comentar  Compartir

Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/videos/489529648266701/?comment_id=422723911761926

Publicación #15 RT

 **RT en Español**  17 de octubre de 2019 · 

¡Ay, ay, ay! Estos medios rusos, transmitiendo las protestas en Ecuador en lugar de Bob Esponja, como hacen los canales responsables 😂



Telem Amazonas Ecuador

un supuesto rechazo a las medidas económicas.

   13 mil 1,3 mil comentarios · 17 mil veces compartido

 Me gusta  Comentar  Compartir

Recuperado de: https://www.facebook.com/ActualidadRT/posts/10158572437938273?comment_id=10158572612253273

13.2. Discursos usuarios (ejemplos)

13.2.1. Discursos usuarios Teleamazonas

... - 45:19 Al final el que ríe al último ríe mejor, pensaron que éramos simples peses, y se equivocaron porque podemos convertirnos en manada de pirañas, no subestimen al pueblo.

Me gusta · Responder · 34 s



... - 2:40 No les da vergüenza... Yo también soy periodista y me da pena ver como se venden a los intereses del mejor postor. Que vergüenza "COLEGAS" que vergüenza

Me gusta · Responder · 34 s · Editado



... - 26:57 Imbabura ya en camino.. miles de miles.. se vienen a Quito.. a lucharemos hasta las últimas consecuencias

Me gusta · Responder · 33 s



... - 11:14 Si no quieren ver Teleamazonas, no vean. Nadie les obliga. Acaso no son capaces de discernir? Cada quién tiene el derecho de informarse la fuente que quiera. Las redes sociales pueden ayudarles.

Me gusta · Responder · 33 s



... Desde un inicio se dieron medidas que más que compensatorias reactivarán la economía, algo que venían reclamando por años todos los sectores incluido indígenas, que protestan... ésto es una gran oportunidad sin contar con el Fondo de desarrollo para la Agricultura que favorecerá directamente a los indígenas de la región Sierra-Centro-Norte dónde se concentran los más pobres de la patria....

que mismo quieren adueñarse del agua y recursos naturales que nos PERTENECEN A TODOS LOS ECUATORIANOS??? agua, etc..

Me gusta · Responder · 33 s



... - 6:02 No están secuestrados #PRENSAVENDIDA están voluntariamente informen bien están dando la carta por los 15 muertos y cientos de heridos

Me gusta · Responder · 33 s



Fan destacado

Art. 130.- La Asamblea Nacional podrá destituir a la Presidenta o Presidente de la República en los siguientes casos:

1. Por arrogarse funciones que no le competan constitucionalmente, previo dictamen favorable de la Corte Constitucional.
2. Por grave crisis política y conmoción interna.

En un plazo de setenta y dos horas, concluido el procedimiento establecido en la ley, la Asamblea Nacional resolverá motivadamente con base en las pruebas de descargo presentadas por la Presidenta o Presidente de la República.

Me gusta · Responder · 33 s



23

Ecuador

Aquí va instrucciones para la lucha:

- 👉 Cuando vean ambulancias revisen, en conflictos como esto llevan Gas lagrimojeno y equipos para la policía.
- 👉 Deben organizarse en grupos de dos para detectar infiltrados de la policía que informan sobre los dirigentes, y sus próximas acciones, su ubicación.
- 👉 Comprende máscaras para gases, si no por lo menos lleven leche para mitigar efectos del gas.
- 👉 Creen grupos de 2 personas para tareas de inteligencia contra la policía, para evitar ser sorprendidos con las intervenciones y coordinen por celular.
- 👉 Busquen la manera de cortar los suministros a la policía, si quedan sin gases lagrimojenos no harán nada.

ESTÁN LUCHANDO A CIEGAS Y SIN ESTRATEGIA, PARA GANAR TIENEN QUE ACTUAR DE MANERA ORGANIZADA, apliquen todos los medios tecnológicos a su alcance para su beneficio.



Me gusta · Responder · 33 s



4

Moreno 🗨 dice:

Están involucrados las FARC, Latin Kings, Cumbia Kings, Don Gato y su Pandilla, Los Magníficos, Los Indestructibles 1 y 2, Rambo del 1 al 6, Rocky Balboa todas las sagas incluidas Creed, Dragón Ball, 2, Z, Súper, Power Rangers, la Roka con su regreso a la WWE, El 🦋 de Maduro, la Ñaña de este, El Auto fantástico, el Joker 🤡, el Firulais 🐱...

Ah y me olvidaba
la culpa es de Correa. 😏

Me gusta · Responder · 33 s



238

- 6:07 Tentativa de asesinato.

Así mismo que informaran todo lo que pasa con el pueblo indígena. Todo el país deberíamos denunciarlos a ustedes por no ser éticos.

Me gusta · Responder · 33 s



23

Fan destacado

3:16 Consulta... Si tanto dicen que ésta prensa es vendida, entonces porque están siempre atentos a sus publicaciones y noticias, ahí andan de arrastrados y hasta fans destacados son 😏😏😏😏😏

Me gusta · Responder · 33 s

   59

¡ Ya sabemos de la noticia señores, fueron afectados y lo lamentamos mucho, no hay palabras para tanta violencia... pero ya fueron noticia. Ahora transmitan cómo está la guerra entre indígenas y policías! Eso transmitan! Aquí se pierden vidas inocentes y lo que les importa son las instalaciones? Que vergüenza!

Me gusta · Responder · 33 s · Editado

   103

Las cosas materiales se construye con trabajo y esfuerzo, así como trabajan los indígenas para darles de comer y a veo que se les cayó en mundo encima...

Me gusta · Responder · 33 s · Editado

   26

Están siendo cómplices por encubrir asesinatos. **Felicidades** prensa vendida, el dinero vale más que varias vidas.

Me gusta · Responder · 33 s

   25

Fan destacado

Gracias a Dios están vivos y como son "valientes" se recuperarán... pero los muertos no regresarán y sus familiares se quedarán sin hacer justicia... así están las cosas.

Me gusta · Responder · 30 s

   509

13.2.2. Discursos usuarios RT

Gracias por informar, la prensa nacional esta callada, no nos informan prensa corrupta que tenemos todo esta bien según las noticias nacionales, lamentablemente esa es nuestra realidad. Saludos desde Ecuador

Me gusta · Responder · 33 s

  79

5:29 Y para la gente sin raciocinio que piensa que es por el subsidio, leerán poquito. Es por la intervención del FMI a Ecuador.

Me gusta · Responder · 33 s · Editado

 13

15:55 En Ecuador a las 9:00 pm los POLICÍAS ingresaron a las ZONAS DE PAZ donde estan los ALBERGUES donde se encuentran NIÑOS, MUJERES, ANCIANOS y han arremetido con gases y ALTA VIOLENCIA. ¡NOS ESTAN MATANDO!

Me gusta · Responder · 33 s



16

14:13 Dios ten misericordia de Ecuador. Eso causó el decreto del Sr. Presidente Moreno. Por favor renuncie lo más pronto

Me gusta · Responder · 33 s · Editado



6

Sr. Correa me quedo y quiero quedarme con lo mejor que hizo para el Ecuador fui partidario suyo y defendiendo todo lo bien que hizo por el pais, pero también se dieron muchas actividades fraudulentas por parte de sus más allegados colaboradores, así que por favor ya no regrese, quédese que de seguro eso hará que ya no se cotice mas la situación en el Ecuador.....

Me gusta · Responder · 33 s · Editado



256

Han sido días de extrema represión!!!!!! A nuestros hermanos, al Pueblo!!!!!! SOS ECUADOR!!!! Cuenten al mundo lo que está pasando porque aquí la prensa esta vendida!!!! Han cerrado los únicos medios que informaban!!!

Me gusta · Responder · 33 s



26

2:28 Los Indígenas son Ecuador también y ellos están haciendo lo que el resto No decidió hacer, Reclamar y Pedir se deroguen las medidas económicas xq es un Pais Pobre gracias a los Políticos que se han llevado cientos de millones de dólares y ninguno y devuelvo un solo centavo

Me gusta · Responder · 33 s · Editado



13

1:12 Si no fuera por uds no estaríamos informados saludos a todos mis hermanos ecuatorianos desde Chile. Fuerza amada patria saldremos adelante 🇪🇺🇨🇦

Me gusta · Responder · 33 s



30

2:40 El indomable pueblo indígena que nunca se sometió a colonizadores extranjeros que vinieron a robar lo material pero no a su orgullo y amor por esta tierra que le pertenece hace miles de años

Me gusta · Responder · 33 s



49

3:13 Saludos cordiales desde Quito Ecuador, sigue la brutal represión en contra del pueblo es incalificable. Fuera Moreno.

Me gusta · Responder · 33 s



55

10:20 Gracias RT por toda esta dura jornada que vivieron junto a nosotros, gracias por transmitir siempre la verdad 🙏 son un excelente medio de comunicación

Me gusta · Responder · 32 s

35

Muy buen trabajo de RT mis sinceras **felicitaciones**..todos el Ecuador les agradecemos por mantenernos informados, gracias por informar la verdad, ellos no querían lo que en verdad estaba pasando acá,mil gracias

Me gusta · Responder · 32 s

432

Totalmente de acuerdo RT ustedes si hicieron periodismo y pasaban lo real lo que pasaba en ecuador **felicitaciones** RT sigan informando siempre la verdad la señora Romo que más pruebas quiere es vidente todo lo que pasó

Me gusta · Responder · 32 sem · Editado

59

Fan destacado

8:06 Lenin traicionó al mundo al entregar a Assange,, allí demostró estar a las órdenes de poderosos y ni tener dignidad por su propio país

Me gusta · Responder · 33 sem

32

faltan minutos para las 3 en mi Ecuador, y hay mucha gente que esta en las calles aun #ayuda #sos necesitamos ayuda

Me gusta · Responder · 33 sem · Editado

112

13.3. Protocolo

TÍTULO: La influencia de las publicaciones de los medios de comunicación sobre el discurso de los usuarios en Facebook: Un estudio comparativo del discurso de los usuarios entre Teleamazonas y RT en Español en el contexto de las protestas de Octubre del 2019 en Ecuador

1.-PERTINENCIA ACADÉMICO-CIENTÍFICA Y SOCIAL

Las manifestaciones sociales ocurridas en Ecuador desde el 03 al 13 de octubre del 2019, se posicionan como uno de los hechos más relevantes desde la posesión del presidente Lenín Moreno, el 24 de Mayo del 2017, desde un punto de vista político, social, económico e ideológico; en tanto, entraron en juego distintos actores trascendentales, como lo es el Estado, los partidos políticos, los movimientos sociales, las universidades, las fuerzas de seguridad y fundamentalmente los Mass Media. Los Mass Media, también conocidos como Medios de Comunicación de masas, han sufrido en los últimos años una fuerte transformación, en cuanto a los canales y medios con que estos, llegan a las masas. La irrupción del internet, ha posibilitado que el acceso a la información se vuelva más instantáneo y masivo. Entre los principales tipos de Mass Media, está la radio, el periódico, y la televisión. Las redes sociales, son considerados para algunos autores como Hutt (2012) como un tipo de Mass Media, para otros autores, las redes sociales no son un tipo de Mass Media sino que simplemente se consideran como un tipo de Social Media (Gourvennec, 2016). Partiendo de aquello, los canales televisivos no sólo utilizan, la televisión, como forma de transmitir mensajes a las masas, sino que se valen de herramientas virtuales, como las redes sociales virtuales, para llegar al público. Profundizando en este aspecto, para Guaramaco (2017) las redes sociales no son medios de comunicación, pero no están desvinculados de estos. Redes sociales como Instagram, Twitter y Facebook, están entre las plataformas más usadas por los medios de comunicación y se constituyen en una especie de canal o puente, que conecta a los usuarios, con los medios de comunicación (Guaramaco, 2017). En esta misma línea, para Carvajal (s.f) las redes sociales juegan un trabajo fundamental a la hora de conectar a los medios de comunicación con la audiencia. Si bien es cierto, los Social Media, surgieron como espacios en donde los usuarios podían interactuar con otros usuarios de manera online, en la actualidad, grandes medios de comunicación, utilizan las redes sociales como una herramienta, para llegar a las masas (Hesses & Mazzitelli, 2010). En este sentido, los grandes medios de comunicación desempeñaron un rol, durante las

protestas ocurridas a principios del mes de Octubre, al momento de informar sobre los hechos que ocurrían, en el contexto de las manifestaciones del mes de Octubre en Ecuador, y como mencionan estos autores, se valieron de nuevos espacios, como los Social Media, para llegar a las masas. Este trabajo de investigación, dentro del área de la Sociología, y específicamente dentro del área de la Sociología de la Comunicación, cuenta con una importante pertinencia académico-científica, puesto que las manifestaciones ocurridas en Ecuador, se constituyen como un acontecimiento netamente social que es posible estudiar, obteniendo un conocimiento de las maneras en que los canales Telemazonas y RT en Español, influyeron sobre las masas, en la red social Facebook, respecto de las protestas de Octubre en el Ecuador. Es precisamente la influencia de las publicaciones de los medios de comunicación anteriormente citados, sobre los usuarios de Facebook, el fenómeno de la presente investigación. La influencia de Telemazonas y RT en Español sobre los usuarios de Facebook, será investigada a profundidad, tomando las teorías de tres grandes intelectuales de los medios de comunicación, como son: Manuel Castells, Noam Chomsky y Jürgen Habermas, de manera principal, aunque el estudio también se enriquecerá de otros autores e intelectuales, en el área de la Sociología de la Comunicación. De esta forma, este proyecto de investigación se constituye de gran relevancia en el campo sociológico, porque evidentemente no existen investigaciones previas, respecto de específicamente hablando, las recientes protestas ocurridas en Ecuador, desde un estudio de la influencia de las publicaciones de los Mass Media sobre el público, mediante plataformas como Facebook. Es así que, con la presente investigación, se pretende contribuir de cara al futuro, a la realización de nuevos proyectos de investigación, que tomen como punto de partida las protestas de Octubre del 2019 en Ecuador. Adicionalmente, desde un punto de vista académico-científico, el presente trabajo de titulación goza de conveniencia, en tanto, se imbrica dentro del área de la Sociología de la Comunicación, la cual es una rama de la sociología dotada de un carácter científico por teóricos como Castells o Habermas, y la cual estudia las relaciones entre la estructura social y el conocimiento y entre la estructura social y los comunicadores (Fernández, 2019).

2.-JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de titulación, al imbricarse dentro de la Sociología de la Comunicación, se desarrollará tomando en cuenta la importancia de las redes sociales, específicamente de Facebook, como una vía que los Mass Media, usan para llegar a las masas de manera virtual. Teniendo en cuenta que las redes sociales, son uno de los principales espacios de acción de los Mass Media, y que Ecuador, recientemente pasó por un episodio convulso en cuanto a lo social, como lo fueron las manifestaciones ocurridas en Octubre, resulta relevante indagar acerca de la influencia de los Medios de Comunicación Telemazonas y RT en Español, en relación a las publicaciones de los usuarios en la red social Facebook, en el contexto de las protestas en Ecuador, sucedidas desde el 03 al 13 de Octubre del 2019, por razones que se detallarán a continuación.

En una primera instancia, es fundamental realizar esta investigación porque como se mencionó, no existen investigaciones previas que abarquen el contexto de las manifestaciones de octubre, en tanto, se trata de un evento reciente. Si bien existen investigaciones respecto de otros conflictos sociales que han ocurrido en el pasado en la era republicana del Ecuador, como un abordaje de la crisis bancaria de 1999 (Bonilla & Galvez, 2007) o un estudio de la criminalización de la protesta social por la defensa de los derechos humanos en el período 2008-2016 (Duchitanga, 2018) o también, investigaciones con respecto a los medios de comunicación de masas en Ecuador, como un estudio sobre los medios de comunicación y su influencia en la conducta violenta en el entorno escolar (Idrovo, 2015) no existen investigaciones relacionadas, específicamente hablando, de la influencia que tienen los medios en redes sociales, sobre algún conflicto social en Ecuador. A nivel internacional, sí existen trabajos de investigación que estudian la influencia de los medios de comunicación y de las redes sociales sobre los individuos. Entre algunas investigaciones que hablan de aquello, está un estudio de las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política (Gelpi, 2018) también un estudio sobre la influencia de los medios sociales digitales en el consumo (Barrio, 2015) o la influencia de los medios de comunicación sobre la percepción subjetiva respecto a la inseguridad (Alorda et al., 2009). Por ejemplo, los resultados que presenta la investigación de las redes sociales como instrumento político, está de que el uso de los Social Media tienen un impacto significativo en la participación política de los jóvenes, durante el período de elecciones presidenciales en Uruguay, y en donde, las redes sociales sirvieron como un instrumento, tanto de parte del oficialismo, como de parte de la oposición uruguaya para mostrar sus estrategias políticas, y tratar de llegar al público (Gelpi, 2018). Los resultados de la investigación sobre la influencia de los medios sobre el consumo, demuestran que los Social Media, tienen un impacto mayor que medios tradicionales, a la hora de influir sobre las opiniones de los usuarios sobre las marcas y productos (Barrio, 2015). En base a los resultados de estos trabajos de investigación, se corrobora el papel sustancial de los Medios de Comunicación, en plataformas de social media, como las redes sociales, a la hora de tener una influencia sobre el público. Es así que la relación que se puede establecer, con el trabajo de investigación presente, es que en efecto, los Mass Media, al usar como puente de comunicación a las redes sociales, detentan alguna forma de influencia, sobre los usuarios, y es precisamente aquello, que se determinará, en el presente trabajo de investigación. Mencionando estos aspectos, se presenta primordial un estudio de los Medios de Comunicación de masas en relación a las protestas de octubre del 2019.

Las manifestaciones ocurridas en el mes de octubre del 2019, están dotadas de una alta relevancia social, por la gran cantidad de actores e instituciones sociales, que estuvieron involucrados. En este sentido, los Mass Media, en el siglo XXI, se constituyen como un medio para persuadir y convencer a las masas (Chomsky, 1990). Por lo tanto, resulta imperativa una investigación que estudie de que manera influyen los Mass Media en redes sociales sobre el público, y específicamente en Facebook, en cuanto a las protestas de octubre. Adicionalmente, la investigación cuenta con un fuerte valor teórico, puesto que actualmente, existe un vacío académico-científico, respecto de este tópico, por lo que, incursionar en una investigación de las protestas de octubre, puede servir para sentar las bases a futuras investigaciones respecto de otros Mass Media u otros actores, en relación a las protestas de octubre en Ecuador. En este sentido, es fundamental, determinar la influencia de los Mass Media, con respecto a las protestas de octubre, porque, en el mundo, en la región latinoamericana, y en Ecuador, el papel que los medios de comunicación han desempeñado, según el lingüista Noam Chomsky, es primordial, a la hora de controlar y persuadir a las masas. Señala que: "En un estado totalitario no importa lo que la gente piensa, puesto que el gobierno puede controlarla por la fuerza empleando porras. Pero cuando no se puede controlar a la gente por la fuerza, uno

tiene que controlar lo que la gente piensa, y el medio típico para hacerlo es mediante la propaganda (manufactura del consenso, creación de ilusiones necesarias), marginalizando al público en general o reduciéndolo a alguna forma de apatía” (Chomsky, 1993, p.1). Es decir, los medios de comunicación tienen la capacidad de controlar y moldear el pensamiento de las masas, y por tanto, esto se constituye como una herramienta de poder, sobre los individuos.

Como antecedentes, que muestren la relación existente entre los medios de comunicación y la construcción del discurso de los individuos, tomaremos dos hechos, explicitados por el lingüista Noam Chomsky (1990). El primer caso de este poder de los medios de comunicación, se dio en 1916 en USA durante el mandato del presidente Woodrow Wilson. En aquella ocasión, el presidente, con una gran propaganda gubernamental, logró cambiar el discurso de la población y hacer que los ciudadanos estadounidenses, pasasen de tener una postura pacifista, en contra del involucramiento de USA en la primera guerra mundial, a una postura belicista, convenciéndose de que era necesaria la participación de USA en la contienda bélica. Como segundo hecho de manipulación mediática, en la que se logró cambiar la percepción y el discurso del pueblo, fue durante la administración de Bush hijo en USA tras la caída de las torres gemelas. Luego de aquel suceso, el presidente advertía la necesidad de acabar con el terrorismo, de que USA debe vengar la muerte de muchos de sus compatriotas, y es así, que mediante un sistema de propaganda, en donde se utilizaron Mass Media como la radio, la televisión y el periódico, se logró convencer y persuadir a las masas, de que era necesaria la intervención militar en Afganistán e Irak. Con esta estrategia de los Mass Media, se logró, como menciona Chomsky (n.d) que el rebaño no se oponga y acepte los designios de la clase especializada y de los dueños de la sociedad. En estos dos casos, podemos observar que los Mass Media, para lograr sus fines mediáticos sobre los individuos, crearon un enemigo de la sociedad norteamericana. Por un lado, era el ejército alemán, al que había que derrotar, y por el otro lado, los terroristas de medio oriente, a quienes había que hacer frente. Análogamente hablando, podemos suponer a priori, que para Teleamazonas, el “enemigo” a enfrentar eran los grupos correistas, los vándalos, los que impedían a la gente salir a trabajar (Coello, 2019); y por otro lado, para RT en Español, el “enemigo” pudo ser el propio gobierno de Lenin Moreno, al promulgar aquellas medidas consideradas como un paquetazo para el pueblo ecuatoriano (Romero, 2019). Partiendo de lo expresado por Chomsky, las manifestaciones de octubre fueron un escenario, en el que los medios de comunicación de masas, detentaron un poder a la hora de emitir propaganda, sobre los hechos que ocurrieron en octubre, y en donde, ciertos Medios de Comunicación, sirvieron como instituciones del gobierno, para legitimar sus acciones, ante la sociedad en su conjunto. Entendiendo aquello, y sabiendo que las protestas en Ecuador de Octubre del 2019, se constituyen como un acontecimiento relevante, tomando en cuenta la cantidad de actores e instituciones que formaron parte de aquel suceso; como los indígenas, los universitarios, los gremios de trabajadores, la policía nacional, el Estado ecuatoriano, los medios de comunicación, etc; resulta imperativo entender y determinar, el poder, de los medios de comunicación, sobre los distintos actores sociales y su influencia sobre las masas en plataformas virtuales, porque entendiendo aquello, se tendrá un panorama más claro y concluyente, respecto de la capacidad, que tienen los medios de comunicación, para controlar y persuadir a los sujetos sociales; en este caso, los sujetos sociales presentes en Facebook, mediante un estudio de su discurso en esa plataforma virtual.

Cabe indicar que, se escogió para la presente investigación, al canal nacional Teleamazonas, y al canal internacional RT en Español, porque son canales televisivos que, gozaron de protagonismo durante las manifestaciones y porque sus lineamientos son contrapuestos, en base a su línea propagandística, con la cual se dirigieron al público en el contexto de las protestas de octubre. Profundizando en este aspecto, se escogió específicamente hablando, al canal nacional Teleamazonas, tras revisar su línea editorial. Según Ana Sánchez (2010) luego de hacer un breve análisis del posicionamiento que tiene Teleamazonas a la hora de transmitir alguna noticia, concluye que “Los medios no son neutrales, sino que tienen posiciones políticas y responden a intereses económicos, en base a los cuales fabrican sus noticias y comentarios” (Sánchez, 2010, p.9). Según un estudio del observatorio de medios de Ecuador (2007) Fidel Egas es el dueño de Teleamazonas, quien también es el accionista principal del Banco del Pichincha, del banco Rumiñahui, de la revista Dinero, de 20 empresas, como Ingenio la Troncal, Compañía minera Gribpe, Compañía ecuatoriana de pavimentos, etc. Es así que según Sánchez (2010) Teleamazonas se constituye como un ente con gran poder, que tiene conexión directa con grandes grupos que desean mantener su statu quo, que son de derecha y que no tienen un accionar comunicativo objetivo sino que velan por sus intereses particulares. De esta manera, podemos constatar que el canal Teleamazonas es un canal explícitamente de derecha y cuya línea editorial está fuertemente sesgada hacia esa corriente. Por otra parte, se seleccionó específicamente hablando al canal RT en Español por distintas razones. Primeramente, según Suárez (2019) “después de recuperarse de la caída de la URSS, Rusia ha retomado sus aspiraciones como potencia internacional. Y dicha decisión ha derivado en otras de carácter mediático” (Citado en Moreno, 2019, p.6). Es decir, la influencia de Rusia ha crecido en medios de comunicación, tanto es así que a partir de diciembre del 2005, Russia Today se convirtió en el canal ruso por excelencia (Suárez, 2019). Para Peinado (2018) La información que produce RT en Español brilla por no ser neutral; el sesgo de RT es antioccidental, es así que para Occidente, RT se ha convertido en un medio de propaganda. Además, la audiencia de RT en el día, es de 35 millones de personas, debido a que está en más de 100 países y en cuatro idiomas: inglés, español, árabe y francés (Peinado, 2018). Además, RT tiene un impacto fuerte en internet, en donde el canal ha logrado captar a millones de seguidores, con una propaganda política de izquierda (Peinado, 2018). En RT abunda la información peyorativa sobre USA y Europa, y adicionalmente, muchos de los corresponsales y empleados del canal, han estado en puestos políticos de gobiernos antioccidentales, como el caso de Erick Ortega, que fue diputada del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) (Peinado, 2018).

Según el portal informático Plan V (2017) el canal ruso RT, en especial la presentadora Eva Golinger, tiene una estrecha relación con el expresidente Rafael Correa, puesto que Golinger ha entrevistado a diversos personajes correistas como Ricardo Patiño y Gabriela Rivadeneira, y en donde también en esta red colaborativa del canal, se encuentran personajes como Julian Assange y Edward Snowden. Es así que Rusia y su aparato mediático siguen una agenda claramente antioccidental (Plan V, 2017). Tanto es así, que Golinger, es una corresponsal al servicio del correísmo, esto se evidencia en campañas junto al expresidente como la mano sucia de Chevron, y el hecho de haber subido y pasado un día en el avión presidencial junto a Correa; así como también, vínculos de la presentadora, con los hermanos Alvarado, quienes fueron la cabecilla detrás de la maquinaria propagandística del correísmo (Plan V, 2017). La simpatía de RT con el expresidente, se

demuestra también en el hecho, de que Correa tiene un programa semanal denominado “Conversando con Correa” (Plan V, 2017). En añadidura, el canal RT en Español goza de un mayor tráfico de usuarios en Facebook, comparándolo con otros canales internacionales de la misma línea como Telesur o Hispan TV. En efecto, RT cuenta con cerca de 6 millones de seguidores en Facebook (Peinado, 2018). Es decir, el número de usuarios que interactúan en el perfil de RT en Español, es mucho mayor, respecto de los Mass Media anteriormente citados. Tras resaltar y justificar estos puntos, respecto de los canales Telemazonas y RT en Español, claramente, se evidencia que son opuestos, que su línea editorial es dicotómica, y que su agenda es contraria, en tanto, en base a las explicaciones previas, Telemazonas se constituye como un canal de derecha, pro-occidental y RT en Español como un canal anti occidental, de izquierda. A partir de esto, cabe añadir que para algunos periodistas como Tamayo (2019) el gobierno de Moreno dio un giro a la derecha, entre otras cosas, por su acercamiento con USA y con organismos internacionales como el FMI, entonces consecuentemente, un canal como Telemazonas, se iba a alinear a las políticas y agenda del gobierno de Lenin Moreno. Mientras tanto, Correa, que se ha definido como un gobierno progresista, como un gobierno del socialismo del siglo 21 (López, 2015) y como un claro opositor del gobierno de Lenin Moreno, resulta lógico que un medio como RT, comparta sus lineamientos político-ideológicos, y que por tanto, el canal RT en Español, haya mostrado los hechos de las protestas de octubre desde un punto de vista, distinto a como lo hizo Telemazonas. Es por esto que se pretende efectuar un estudio comparativo, entre las publicaciones de estos dos medios, en su accionar en un Social Media, como lo es Facebook, en su manera de influir, sobre los usuarios, en esa plataforma virtual. Adicional a esto, a partir del universo de usuarios que tuvo actividad en Facebook, resulta preciso entender las diferencias en las publicaciones de los usuarios, en el perfil de Telemazonas, en relación al perfil de RT en Español, tomando en cuenta que gran cantidad de publicaciones de cibernautas de RT en Español, son efectuadas por individuos desde el exterior. En contraparte, los usuarios de Telemazonas, publican en su mayoría desde la localidad, porque Telemazonas, a diferencia de RT en Español, es un canal nacional. También fue necesario escoger a estos dos Mass Media para efectuar un estudio comparativo, puesto que a nivel nacional, no existe un medio de comunicación televisivo claramente opositor al gobierno de Lenin Moreno, por lo que resultó necesario escoger a RT en Español, como medio crítico, al gobierno del presidente Moreno (Robayo, 2019) para lograr justamente efectuar un estudio comparativo.

Adicionalmente, para el presente trabajo de investigación se escogió a la red social Facebook para determinar la influencia de estos medios de comunicación sobre las masas, por distintas razones. En una primera instancia, según el portal digital Statista (2019) Facebook es la red social con más usuarios en el mundo. A octubre del 2019 supera los 2.4 mil millones de usuarios a nivel global; mientras tanto, a nivel del Ecuador, la tendencia no cambia. Según la agencia Global Digital Report (2019) Facebook es la red social más utilizada en Ecuador con 12 millones de usuarios, mucho más que Instagram o Twitter, con apenas 4 millones y 800 mil usuarios respectivamente. Por otra parte, el público que se encuentra en Facebook, es más variado que en otras redes sociales, en donde por ejemplo, Instagram es una red social con un público eminentemente juvenil, y Twitter, con un público más adulto. Facebook sin embargo, es diverso en este sentido, y podemos encontrar usuarios de distintas edades usando esta red social, lo que para la investigación, permite que se obtenga un criterio más amplio en base a una población claramente más heterogénea con respecto a otras redes sociales. Adicionalmente, se escogió Facebook, porque el número de publicaciones de los usuarios, partiendo del hecho de que es la red social más popular en el mundo y del Ecuador, es mayor, a las publicaciones de usuarios en redes sociales como Twitter e Instagram.

Además, según una investigación efectuada por la agencia internacional británica Ogilvy en 2017, los social media han superado a los medios de comunicación tradicionales entre los ciudadanos a la hora de informarse. Este estudio señala que Facebook, es la primera fuente de consulta de noticias, con un 39% a nivel global, con un 7 más en relación a los formatos tradicionales, y a gran distancia de otros medios como Google y Twitter con un 15 y 4% respectivamente (IPMARK, 2017).

Finalmente, la influencia de las redes sociales y de Facebook es alta entre los usuarios en el ámbito político según distintos autores. Para Chaves (2017) redes sociales como Facebook, son usadas masivamente en época de campaña electoral, para promocionar las figuras de distintos candidatos, y tratar de captar el voto del público online. Por otra parte, para Juan Domínguez (2019) CEO de la empresa Adglow, las redes sociales, en especial Facebook, se han tornado imprescindibles tanto para quienes publican en ellas, como para el público en general.

Evidentemente, el número de usuarios de Facebook que comentan en las publicaciones de Telemazonas y RT en Español, no constituyen todo el universo de usuarios de Facebook. Así también, gran cantidad de individuos que pueden tener televisión y sintonizar Telemazonas, no tienen Facebook. Simplemente, para este estudio, se seleccionó a usuarios de Facebook, que hayan comentado en las publicaciones de Telemazonas y RT en Español, porque evidentemente no se puede abarcar una población amplia para un estudio de caso como este. Es por esto, que en base a las justificaciones anteriormente mencionadas, se seleccionó para este trabajo de investigación, a los usuarios de Facebook que hayan comentado las publicaciones de RT y Telemazonas.

En referencia a la justificación social del presente trabajo de titulación, cabe señalar que, esencialmente, el aporte a la comunidad, se enmarca en el sentido de que todos los individuos que accedan al contenido, ya sea offline u online, de los medios de comunicación de masas, entiendan que el papel de los medios de comunicación, en acontecimientos políticos, económicos y sociales, como lo fueron las protestas en Octubre en Ecuador, es preponderante, porque no tienen un accionar objetivo ni imparcial, sino más bien, demuestran ciertos grados de subjetividad y parcialidad, en cada una de sus publicaciones; de manera que los Mass Media muestran dependiendo del caso, una ideología de derecha o de izquierda (Mirom, 2016). Esta subjetividad comunicativa, demostraría, que los grandes medios de comunicación, responden a intereses político-económicos, de grupos élite de poder.

3.-PROBLEMA CENTRAL

El origen de las manifestaciones en Ecuador durante el mes de octubre del 2019, fue la firma, por parte del presidente de la república, del decreto 883, que permitía una liberalización del precio de los combustibles, tanto de la gasolina extra como del

diésel. El anuncio por parte del presidente de la república Lenín Moreno de una serie de medidas económicas, principalmente, la eliminación de los subsidios a los combustibles, mediante una cadena nacional transmitida el día 01 de Octubre, produjo una oposición de distintos sectores sociales, como los transportistas, los pueblos indígenas, los universitarios, los grupos gremiales, etc; lo que se tradujo, a partir del día 03 de Octubre, en fuertes movilizaciones en distintas áreas del territorio nacional. Con el inicio de aquello, los medios de comunicación empezaron a jugar un papel preponderante, en tanto, los medios radiales, escritos, televisivos y virtuales, mostraban, los hechos, que iban sucediendo y lo difundían a sus respectivas audiencias. Posterior al período presidencial de Rafael Correa (2007-2017), en que distintos Mass Media denotaban tener una posición dicotómica, en cuanto a su agenda de noticias, llegó el período presidencial de Lenín Moreno, que inicialmente, llegó al poder de la mano del partido de Correa, Alianza País, y en el que se prometía una continuidad del proyecto político. No obstante, con el pasar de los meses, el proyecto político y el manejo de la economía, se iban distanciando de lo efectuado por su antecesor (Chávez 2017). Es ahí, cuando distintos Mass Media, en especial del espectro televisivo, se fueron alineando exclusivamente a la visión del gobierno, y cuando se perdió esa contraposición de lo difundido, en el contenido multimedia, durante el período 2007-2017. Esto se puede clarificar, partiendo del hecho de que Rafael Correa, como primer mandatario, denunció y censuró a diversos medios de comunicación poderosos del Ecuador, como diario El Universo, o justamente Telemazonas (La Vanguardia, 2017). Es ahí cuando se entiende que durante ese período presidencial, los Mass Media privados, fueron contrarios a los lineamientos del expresidente Correa, y por tanto, existió esa contraposición en los Medios de Comunicación, la cual se perdió en el período presidencial del presidente Moreno. Partiendo de aquello, con los sucesos de las manifestaciones de octubre, tanto medios nacionales, como internacionales transmitían los acontecimientos de las protestas en Ecuador, y uno de los medios internacionales más relevantes, fue RT en Español. Este medio de comunicación público de Rusia, relató los acontecimientos, desde una agenda, contraria, al medio privado de Ecuador: Telemazonas. Al tomar la presente investigación, como unidades de análisis comparativo, al medio nacional Telemazonas y al medio internacional RT en Español, se logrará una contraposición de la información, y por tanto, se podrá efectuar un estudio comparativo de la influencia de las publicaciones de estos dos medios de comunicación, sobre las masas de usuarios virtuales en Facebook. La comparación a efectuarse será entre los discursos de los usuarios en las publicaciones de Telemazonas en Facebook, con los discursos de los usuarios en las publicaciones de RT en Español en Facebook, en cuanto a las protestas de octubre del 2019. En este sentido, el problema central de esta investigación, es determinar, mediante un estudio comparativo, de que manera influyeron las publicaciones de Telemazonas y RT en Español, que tienen agendas contrapuestas, sobre las masas de usuarios en Facebook, para moldear el contenido de sus comentarios, o de su discurso, en el contexto de las protestas de Octubre, en tanto los Mass Media, según gran cantidad de intelectuales como Chomsky (1990) se constituyen como medios para alinear y encapsular al público, en base a sus intereses y a su agenda. Durante el proceso investigativo, se tomarán las teorías principalmente de Chomsky, Castells y Habermas; y teorías de la sociología de la comunicación, como la teoría de la Agenda Setting y la teoría de los Efectos Limitados. Se hará una reflexión de ellas, y se las relacionará, con los acontecimientos de octubre, en base a la influencia de los medios de comunicación, sobre los individuos, en este caso, sobre los usuarios de Facebook.

Profundizando en la relevancia social del presente trabajo de titulación, y tomando en cuenta que los medios de comunicación no son entes imparciales ni objetivos en cuanto a su accionar comunicativo, es sustancial que las masas de individuos, en espacios tanto virtuales como físicos entiendan del poder que ejercen los Mass Media sobre la ciudadanía en general porque permitiría, que estos se conviertan en sujetos sociales críticos, reflexivos, conscientes, activos y con agencia de cambio, y no simplemente, masas inertes, pasivas, sumisas y reticentes al cambio, ante el poder político-económico y político-ideológico, en sucesos coyunturales de carácter social, económico y político, como lo fueron las manifestaciones de Octubre del 2019.

En definitiva, esta investigación busca tener un impacto positivo al fin de la misma, en el sentido de que se conocerá la influencia de las publicaciones de los Mass Media, y de RT en Español y Telemazonas específicamente hablando, sobre su audiencia, y como entes con poder que influyen en el imaginario de las masas sobre algún conflicto, y en particular, sobre las manifestaciones ocurridas en Ecuador desde el 03 al 13 de Octubre del 2019, tomando en cuenta que las protestas de Octubre del 2019, se constituyen como un hecho social relevante, en el sentido de la gran cantidad de actores e instituciones sociales, que estuvieron involucrados en la misma, y que estuvieron en constante interrelación, como el Estado ecuatoriano, la policía nacional, los estudiantes universitarios, los gremios de trabajadores y del transporte, los pueblos y nacionalidades indígenas y principalmente, los Mass Media.

Cabe añadir, de que manera específica, es que se logrará determinar la manera en la que influyeron los medios de comunicación anteriormente mencionados, sobre los usuarios de Facebook, en cuanto a la relación de los objetivos específicos, con el objetivo general, y consecuentemente, de las preguntas específicas, con la pregunta general:

Refiriéndonos al primer objetivo específico, al estudiar la convergencia-divergencia del discurso de los usuarios, se podrá comprender su grado de alineación o de supeditación, respecto de Telemazonas o RT en Español. Por ejemplo, si se trata de un discurso divergente, en relación a la noticia difundida por el medio de comunicación, se entiende que el usuario es un sujeto crítico con el medio, y que no fue moldeado, por ya sea Telemazonas o RT en Español. Por el contrario, si se trata de un discurso convergente del usuario con respecto al medio, se podrá entender de que se trata de un sujeto pasivo, no crítico, y que fue moldeado de alguna manera por Telemazonas o RT en Español. De esta manera, se puede determinar que tanta influencia tuvieron RT y Telemazonas, sobre sus usuarios.

En cuanto al segundo objetivo específico, al describir, los elementos semánticos que forman parte del discurso de los usuarios, se podrá comprender el trasfondo del discurso. Cabe indicar que el nivel semántico, se refiere a un nivel profundo, que pretende entender un discurso, no sólo de manera explícita, sino de forma implícita. Es decir, el nivel semántico permite comprender lo que implícitamente quiere manifestar un usuario, sin que lo diga expresa o directamente. Describiendo aquello, se podrá entender, de manera estructural, todos los elementos que componen el discurso de los usuarios, y comparando esto con la publicación de RT o Telemazonas, se podrá determinar la influencia de estos medios sobre los usuarios, ya que puede darse el caso, de que explícitamente o superficialmente, un discurso pueda no tener relación con la noticia y podría pensarse

de que no hay una influencia, pero escrutando en los elementos implícitos, puede darse el caso, de que en efecto, si existe una determinada influencia de los medios Teleamazonas o RT sobre los usuarios.

En relación al tercer objetivo específico, que se refiere a la postura político-ideológica del discurso de los usuarios de Facebook. Cabe sostener que identificando la postura político-ideológica en el discurso, se puede ver la influencia en términos políticos, que los medios de comunicación pueden tener sobre los usuarios, ya que como menciona Castells (2008) "La política se basa en la comunicación socializada, en la capacidad para influir en la opinión de las personas. El canal de comunicación más importante entre el sistema político y los ciudadanos es el sistema de los medios de comunicación" (p.3). De forma que relacionando la postura político-ideológica de las noticias publicadas por los medios de comunicación en Facebook, con la postura político-ideológica de los usuarios, se podrá comprender la influencia de estos medios, sobre los usuarios, en cuanto a lograr una alineación política de las masas de individuos.

Con esta descripción, cabe aseverar que el primer objetivo específico, está relacionado más con las teorías del autor Noam Chomsky, el segundo objetivo específico con el autor Jürgen Habermas y el tercer objetivo específico, con las teorías del autor Manuel Castells, y obviamente, el objetivo general abarca las teorías de estos tres autores principalmente, sin dejar de lado teorías de la Sociología de la Comunicación, como la teoría de la Agenda Setting y de los Efectos Limitados.

4.-PREGUNTAS Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Pregunta General:

¿De que manera influyen las publicaciones de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Español, sobre el discurso de los usuarios en Facebook, en el contexto de las manifestaciones en Ecuador, sucedidas desde el 03 al 13 de octubre del 2019?

Preguntas Específicas:

1.- ¿De qué forma se construye el discurso de los usuarios, en relación a las publicaciones difundidas en Facebook, por parte de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Español, respecto de las manifestaciones en Ecuador, sucedidas desde el 03 al 13 de octubre del 2019?

2.- ¿Qué elementos semánticos constituyen el discurso de los usuarios en Facebook, respecto de las publicaciones difundidas por los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Español, en cuanto a las manifestaciones en Ecuador, sucedidas desde el 03 al 13 de octubre del 2019?

3.- ¿Cuál es la postura político-ideológica en el discurso de los usuarios en Facebook, en cuanto a las publicaciones difundidas por los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Español, en relación a las manifestaciones en Ecuador, sucedidas desde el 03 al 13 de octubre del 2019?

Objetivo General:

Determinar la influencia que tienen las publicaciones de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Español, sobre el discurso de los usuarios en Facebook, en el contexto de las manifestaciones en Ecuador, sucedidas desde el 03 al 13 de octubre del 2019.

Objetivos Específicos:

1.-Estudiar la convergencia-divergencia del discurso de los usuarios, en relación a las publicaciones difundidas en Facebook, por parte de los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Español, respecto de las manifestaciones en Ecuador, sucedidas desde el 03 al 13 de octubre del 2019.

2.-Describir los elementos semánticos que constituyen el discurso de los usuarios en Facebook, respecto de las publicaciones difundidas por los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Español, en cuanto a las manifestaciones en Ecuador, sucedidas desde el 03 al 13 de octubre del 2019.

3.-Identificar la postura político-ideológica en el discurso de los usuarios en Facebook, en cuanto a las publicaciones difundidas por los medios de comunicación Teleamazonas y RT en Español, en relación a las manifestaciones en Ecuador, sucedidas desde el 03 al 13 de octubre del 2019.

5.-MARCO TEÓRICO

Estudios sobre los medios de comunicación de masas, también conocidos como Mass Media, han adquirido una importancia sustancial, en la era de la información actual, en la cual, las tecnologías de la información y la comunicación, también conocidas como TICS, como herramientas contemporáneas, sirven para que distintos actores sociales, se relacionen e interactúan entre sí.

La historia de los medios de comunicación se remonta a la época del imperio romano, en donde se utilizaron actas públicas que se colocaban en tabloncillos de madera, para comunicar acontecimientos que ocurrían en la ciudad. A partir de aquello,

distintas revoluciones se han sucedido en la comunicación, y en la forma, en que los medios de comunicación, llegaban al público. Como revoluciones dentro del área de la comunicación, podemos citar la invención de la imprenta por Gutenberg en 1440, la publicación del primer periódico en 1605 por Carolus, el nacimiento de la TV en 1925 por Logie Baird, el surgimiento del Internet durante la segunda mitad del siglo XX y la aparición de la red social virtual más popular a día de hoy, como lo es Facebook, en el año 2004 (Mendoza, 2013).

Todos estos acontecimientos, han permitido que el abanico de posibilidades en pleno siglo XXI, a la hora de comunicar y transmitir un mensaje, se amplíe. En este sentido, los Mass Media tienen actualmente, distintas formas de comunicar un mensaje, que puede ser una noticia, una columna de opinión, un debate, etc; como son: La radio, el periódico, la televisión y el internet. En el internet, los Mass Media han utilizado a los Social Media, específicamente a las redes sociales, como Facebook, Twitter o Instagram, como vías para ampliar sus posibilidades de llegar a las masas de usuarios. Esto hace que millones de personas alrededor del mundo, escuchen, lean o visualicen distintos medios de comunicación, cuya principal labor, es la transmisión de noticias, en un sentido formal y estricto de sus funciones.

Contextualizando aquello, Ecuador vivió un episodio de gran convulsión social, en el mes de octubre del 2019, desde el 03 al 13 de ese mes. El detonante de esa crisis, fue la firma del decreto 883, por parte del presidente Lenin Moreno, en el que se liberalizaba el precio del combustible, tanto de la gasolina extra como del diésel. Los antecedentes de aquella decisión, son el acuerdo del Ecuador, con el Fondo Monetario Internacional (FMI), para reducir la deuda del Estado (Televisazo, 2019).

En el relato de los hechos, de las protestas de octubre, los medios de comunicación tuvieron un papel preponderante, ya que estos medios, fueron la fuente de información de los acontecimientos que se iban sucediendo, y sobre todo, influenciaron de alguna forma en el imaginario del público. En este sentido, algunos teóricos, como Jürgen Habermas, Noam Chomsky y Manuel Castells, han estudiado la influencia de los medios de comunicación sobre las masas. Habermas desarrolló la teoría de la acción comunicativa. Proveniente de la segunda generación de la escuela de Frankfurt, Habermas (1998) analizó las condiciones de la racionalidad de la acción social a partir de la interacción basada en el uso del lenguaje, apoyado en el principio de que la razón subyacente en la acción de los sujetos es una propiedad de las estructuras de comunicación, y no de los individuos (Garrido, 2011). En este sentido, recogiendo el pensamiento de Habermas, los Mass Media despojan a los individuos de una autonomía y racionalidad comunicativa, por una racionalidad tecnológica, que imponen los medios de comunicación.

Al referirnos a la teoría de la acción comunicativa, Habermas define a la misma como "Interacciones mediadas lingüísticamente en que todos los participantes persiguen con sus actos de habla sólo fines ilocutorios" (Habermas, 1989, p.8). Habermas diferencia dos tipos de acción orientada al éxito, la primera, la acción instrumental, en la que, se evalúa la eficacia de la intervención en un contexto de sucesos determinados y la acción estratégica, en donde bajo elecciones racionales, se evalúa el grado de influencia sobre decisiones de un oponente. (Habermas, 1989). En este sentido, la acción instrumental se la usa contra personas. En la acción estratégica, el agente interlocutor, tiene intenciones ocultas, y estas intenciones, se las puede entender averiguando sus acciones. Las acciones que el interlocutor lleva a cabo, son congruentes con los significados que éste, dota a las acciones, (Habermas, 1989). Para Champagne (1999) "Los medios son parte integrante de la realidad, producen efectos de realidad al fabricar una visión mediática que contribuye a crear la realidad que pretende describir" (p.4).

Para el sociólogo francés Manuel Castells (2009) el papel de los medios de comunicación a la hora de llegar a las masas, se basa en el hecho, de que se constituyen como una herramienta que utilizan los políticos, con fines de alcanzar o preservar el poder. En su obra, comunicación y poder, Castells (2009) afirma que, existe una necesidad recíproca entre los medios de comunicación y la política. Señala que "No se trata simplemente de conseguir una cuota de audiencia, sino de conseguir la audiencia objetivo" (Castells, 2009, p.1). Según Castells (2009) la televisión sigue teniendo el papel más sustancial, a la hora de comunicar un mensaje, incluso más que el internet, ya que, para llegar a grandes masas se requiere que el mensaje sea simple, para que el mensaje sea simple debe tener imágenes, y la imagen con la que la gente se identifica más es la de un rostro humano. En un análisis más profundo entre los medios de comunicación y la política, Para Castells (2009), los medios de comunicación juegan un papel preponderante porque construyen la mente humana mediante la comunicación. Señala "El poder se decide cada vez más en un espacio de comunicación multimodal. En nuestra sociedad, el poder es el poder de la comunicación" (Castells, 2009, p.1).

Recogiendo el pensamiento de Castells, en donde vincula la política con el rol que desempeñan los Mass media, evidentemente, con las recientes protestas de octubre en Ecuador, existieron intereses políticos de distintos grupos, y esto también se vio reflejado en lo que transmitían medios como Teleamazonas y RT en Español. Al escrutar en el contenido de las publicaciones de los usuarios en Facebook, se podrá entender la influencia de la política en lo que emiten los Mass Media.

Durante los días de las manifestaciones, personajes políticos neoconservadores, aspiraban a que la crisis se solucione lo antes posible. Por ejemplo, Guillermo Lasso, líder de Creo, manifestó que era necesario superar la crisis social y económica en el que el país, se encontraba inmerso, aducía a que la forma en que Ecuador puede salir adelante, es solo con el trabajo, con emprendimientos, y no con enfrentamientos entre ecuatorianos (Lasso, 2019). Otros actores políticos como Nebot (2019) manifestaban que todos deben unirse contra los actos vandálicos, y que es necesario impulsar un proceso de pacificación y diálogo, para superar la crisis. Por su parte, el gobierno, al inicio se mostró firme con las decisiones tomadas, pero luego, al dimensionar mejor la crisis, cedieron, y se abrieron al diálogo, para superar la profunda crisis que Ecuador vivió durante esos días. Por parte de RT en Español, a priori, se puede argumentar, que, mostraron en sus transmisiones, una postura crítica con el gobierno de Moreno, en tanto, se evidenció un acercamiento con la lucha de los grupos sociales en las calles, aunque evidentemente, distintos grupos coparon las calles del Ecuador, durante esos once días de manifestaciones, y si es que podemos referirnos a un grupo netamente político, estos son los correistas, y en la que sus legisladores, optaban como vía de solución a la crisis del Ecuador, la destitución del presidente de la república y la convocatoria a nuevas elecciones (Diario

el Universo, 2019). De todos estos sucesos políticos, se hicieron eco los distintos medios de comunicación durante la crisis, y evidentemente, existe una fuerte relación entre política y Mass media, ya que mediante la política, los Mass Media buscan un posicionamiento político de las masas (Castells, 2009).

El filósofo Noam Chomsky (1990) aclara que los medios de comunicación aplican una manipulación mediática sobre su audiencia. Chomsky cita distintas formas en que los Mass Media, manipulan, entre las que se encuentran: La estrategia de distracción, el crear problemas y ofrecer soluciones después, la estrategia de la gradualidad, la estrategia de diferir, dirigirse al público como criaturas de poca edad, utilizar el aspecto emocional más que la reflexión, mantener al público en la ignorancia y la mediocridad, estimular al público a ser complaciente con la mediocridad, reforzar la autculpaabilidad y conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen (Chomsky, 1990).

Chomsky (1990) plantea de que vivimos en estados democráticos, pero los medios de comunicación que en estos estados existen, son totalitarios; por tanto, vivimos en estados totalitarios. Señala que la propaganda, se encarga de establecer una opinión pública a través de la creación de consensos, porque la audiencia, o el rebaño, carece de habilidades de raciocinio. Es así que, los Mass Media, por medio de la propaganda, instauran una cadena de desinformación, para manipular la opinión pública, para mantener controlada a la sociedad (Chomsky, 1990). En pleno siglo XXI, sostiene Chomsky, han surgido grupos, que se resisten, a este control mediático y a sufrir de alineación, entre los cuales se encuentran, los ambientalistas, feministas, etc. Estos grupos, se empiezan a cuestionar los valores que han ponderado en la sociedad, y que manipulan la conciencia colectiva social. Estos grupos, han permitido un despertar intelectual, a favor de una real democracia en libertad. (Pozas, 2016).

Por otra parte, cabe recalcar que este trabajo de titulación se imbrica dentro de la sociología de la comunicación. Max Weber, fue uno de los precursores del estudio de la comunicación, en la sociología, en tanto, propuso la necesidad de llevar a cabo estudios de periodismo, lo cual derivó posteriormente, en una ciencia de la comunicación pública (Fernández, 2016). La sociología de la comunicación investiga las relaciones entre la estructura social y el conocimiento y entre la estructura social y los comunicadores (Fernández, 2019). La Mass Communication Research (MCR), una subrama de la sociología de la comunicación, también conocida como Investigación de los medios de comunicación masivos, se enmarca en el estructura-funcionalismo y en el conductismo. Las investigaciones de este campo se efectúan desde el empirismo y el pragmatismo (Baratoria, 2010). Los estudios de comunicación de masas, está destinada a públicos amplios, anónimos, heterogéneos y dispersos (Wright, 1972). Para Harold Lasswell (1948) uno de los pioneros en teorías de la comunicación, el proceso de la comunicación cumple tres funciones: a) La vigilancia del entorno, revelando lo que puede amenazar al sistema de valores de una comunidad y su estructura. b) La puesta en relación de los consumidores de la sociedad para producir una respuesta del entorno y c) La transmisión de la herencia social.

Sociólogos como Lazarsfield y Robert Merton, añaden que la comunicación cumple también la función de entretener, y así, se abre la posibilidad de que existan disfunciones en la comunicación (Merton & Lazarsfield, 1949).

Para el sociólogo italiano Giovanni Sartori (1998) la televisión tiene un papel destacado dentro de los medios de comunicación en la sociedad actual. Denuncia que el predominio del ver, atrofia el entender. La masificación de la world wide web, dio lugar a una forma de comunicación más desterritorializada, universal, democrática y descentralizada, en la que las redes sociales, se constituyen como lugares de encuentro, debate, y opinión, en los cuales se comparte información (Fernández, 2016).

En pleno siglo XXI, la sociología de la comunicación sigue nutriéndose con el aporte de distintos intelectuales. Últimamente, se han efectuado estudios que relacionan la actividad política con los medios de comunicación, en lo que se ha denominado economía política de la comunicación, la cual enfatiza en el estudio del negocio de la comunicación y en el poder de grandes grupos para impulsar sus valores y creencias (Mosco, 2006). Para el sociólogo David Easton, quien aplica la teoría general de sistemas a la ciencia política, entiende que "Las informaciones procedentes de la acción del sistema sobre el medio son percibidas por la colectividad y comentadas y estudiadas a través de los medios de comunicación y de la opinión pública que formula todo tipo de demandas al sistema" (Easton, 2004, p.204).

Para el austriaco Paul Watzlawich (1997) cuando actuamos, lo cual lo hacemos en todo momento, transmitimos información a los otros, en tanto es imposible no comunicar algo. Es así que toda comunicación implica un posicionamiento y define una relación (Watzlawich, 1997). En la actualidad, las teorías de la comunicación integran factores históricos, culturales, políticos, económicos y tecnológicos en el análisis de la comunicación. También inciden en el nuevo modelo de comunicación, el auge de las industrias culturales y del conocimiento, así como la comunicación del mercado comunicativo (Carrasco, 2013). En el nuevo orden de la información, converge un antiguo modelo, en que, los medios de comunicación tenían un fuerte poder sobre los cuerpos, sobre las masas, y un modelo nuevo, en el que las audiencias tienen un mayor peso y control, sobre sí mismas. (Fernández, 2016).

Dos de las teorías que se van a abarcar como análisis en este trabajo de titulación serán la teoría de la agenda Setting y la teoría de los efectos limitados. La teoría de la agenda Setting, se la introdujo como una descripción y explicación de las noticias de los medios de comunicación en la opinión pública. En este sentido, estudia el papel de los medios de comunicación de masas en la formación de la opinión pública (McCombs, 2004). Cohen (1963) expresa: "La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente que tiene que pensar pero sí lo que tiene en decir a sus lectores sobre que tienen que pensar" (p.13). El objetivo de la agenda Setting, es estudiar cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia. El medio no decide por el público, que es lo que este tiene que opinar o pensar sobre un hecho o acontecimiento. Pero si decide cuales son las cuestiones que van a estar en el centro de la opinión pública. A este conjunto de contenidos se lo denomina la Agenda (McCombs, 2004).

El autor Walter Lippmann sostiene que: “Los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes” (Lippmann, 1922, p.15). Añade que, como el mundo, es demasiado extenso, los medios nos cuentan cómo es ese mundo. Pero el cómo nos cuentan, puede no precisamente ser real; y de esta forma, obtenemos información, que puede ser de un mundo distinto al real (Lippmann, 1922). Para Deardring y Rogers, El estudio de la agenda Setting es el “Estudio de los cambios sociales y de la estabilidad social” (Deardring & Rogers, 1996, p.16).

En relación a la teoría de los efectos limitados, se entiende a los efectos, como la consecuencia que los medios de comunicación tienen sobre el individuo y la sociedad (Bryant & Zillmann, 1986). Es prioritario investigar los efectos de los medios de comunicación, dentro del desarrollo de la teoría de la comunicación social, en tanto se constituye como un paradigma (Iguarta & Humanes, 2004). Existen dos formas de contemplar la evolución de la teoría de los efectos. En la primera, se analiza a los efectos como el alcance de la fuerza atribuida en los medios de comunicación. En este sentido, se ve a los efectos como todopoderosos, limitados o mínimos, y todopoderosos bajo condiciones limitadas (Wolf & McQuail, 2000). Los efectos todopoderosos son inmediatos y planificados. Los efectos limitados son moderados, de refuerzo y a corto plazo, y los efectos todopoderosos bajo condiciones limitadas, modifican la percepción de la realidad y la forma de interactuar con ella (Wolf & McQuail, 2000). En la segunda, se apunta directamente al tipo de efecto que tiene lugar y donde actúa (Neumann, 1977).

Tras revisar de manera muy general, el aporte de estos tres teóricos, y de teorías sociológicas de la comunicación, como la teoría de la Agenda Setting y de los Efectos limitados, daremos a conocer la influencia de la propaganda de Telem Amazonas y RT en Español sobre las masas de usuarios de Facebook. En cuanto a la información que difundían estos dos Mass Media, empezando por Telem Amazonas, al principio de las manifestaciones, minimizaron la dimensionalidad de las protestas, para posteriormente, tachar, prácticamente a todos los manifestantes, de vándalos. Luego, con los evidentes actos de vandalismo que sí sucedieron, como el ataque a la contraloría o la irrupción en las oficinas de Telem Amazonas, este medio, puso énfasis en estos acontecimientos, minimizando nuevamente, la protesta de los indígenas (Telem Amazonas, 2019). De otra parte, RT en Español, se hizo eco rápidamente de lo que acontecía en Ecuador, y expresaron que la reacción popular fue por el rechazo al paquetazo económico, impulsado por el presidente Lenin Moreno. Con el pasar de los días, cubrían la noticia desde las calles, a diferencia de Telem Amazonas, que lo hizo en menor medida, y comentaban que reporteros que cubrían la noticia, habían sufrido agresiones de parte de la policía, y así también, señalaron tras las protestas, el excesivo uso de la fuerza policial, para reprimir a los manifestantes (RT, 2019).

Luego de reseñar, de manera breve, las teorías de estos tres autores y las teorías de la sociología de la comunicación, lo que se pretende con este trabajo de investigación, es profundizar y realizar un estudio, de la influencia ejercida por estos dos medios de comunicación, sobre el discurso de las masas de usuarios virtuales, en Facebook, en el contexto de las protestas acontecidas en Ecuador, relacionándolas con las teorías de estos tres autores, y con teorías de la sociología de la comunicación, para llegar a conclusiones profundas, de la real influencia para moldear los imaginarios del público, que tuvieron Telem Amazonas y RT en Español.

6.-METODOLOGÍA

Enfoque y diseño metodológico: El enfoque a utilizarse en esta investigación será el enfoque cualitativo, en tanto se utilizarán técnicas netamente cualitativas, para determinar la influencia, de las publicaciones de los medios de comunicación, Telem Amazonas y RT en Español, sobre el público en Facebook, como el análisis de contenido y el análisis del discurso cualitativo. Al enfocarse la presente investigación en un estudio del discurso de los usuarios de Facebook, resulta imperativa una investigación de carácter cualitativo, porque con un enfoque cualitativo, se podrán alcanzar los distintos objetivos de esta investigación, cosa que sería incompatible, con la utilización de un enfoque cuantitativo. El diseño metodológico será el estudio de caso, en tanto, el caso elegido, son las publicaciones de los canales Telem Amazonas y RT en Español en Facebook. Si partimos del concepto de Yin (1989) en donde expresa que los estudios de caso “Son una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, cuando las fronteras entre el fenómeno y el contexto no son evidentes, y en la que se utilizan múltiples fuentes de evidencia” (p.125) tendremos que el fenómeno, en este caso, son las publicaciones de los usuarios en Facebook durante las manifestaciones ocurridas en Ecuador desde el 03 al 13 de Octubre del 2019, y por tanto, se constituyen como un fenómeno reciente, y el contexto, es todo lo que involucró, a las manifestaciones de principios de Octubre, es decir, los antecedentes, las causas de las protestas, los actores e instituciones involucradas, y los efectos de la misma. Se trata así de un evento actual, contemporáneo, y los límites entre el contexto, y el fenómeno, no son claros. Las manifestaciones de octubre así también, se constituyen como un acontecimiento de coyuntura, y en la cual, los medios de comunicación tuvieron un accionar único, y sobre todo, en la que gran cantidad de usuarios publicaron en distintos espacios virtuales, emitiendo sus puntos de vista, percepciones, opiniones, comentarios, etc; respecto de las noticias en base a ese acontecimiento eminentemente político. Por otra parte, este estudio de caso se constituye como un hecho único, desde un punto de vista histórico, en tanto las manifestaciones de octubre, se establecen como un fenómeno nuevo, en el sentido en que fue la primera manifestación nacional de gran escala, en la cual participaron distintos actores sociales, luego del período presidencial del expresidente Rafael Correa, en la que se produjo una criminalización de la protesta social (Mendoza, 2018). Por tanto visto de esta manera, si entendemos que durante el período del expresidente Correa, se produjo una criminalización de la protesta social, y que las redes sociales, y específicamente Facebook, tuvo su auge a nivel mundial a partir del 2007, y que recién en febrero del 2008, Facebook contó con una versión de su plataforma en español (El País, 2008). Podemos indicar que las protestas de octubre son un acontecimiento único porque es la primera vez, en base a lo mencionado anteriormente, que una manifestación a gran escala sucede, en la que los Social Media, como canal de comunicación de los Mass Media, tuvieron un accionar, y que por tanto, se produjo un nuevo tipo de interacción entre los Mass Media y los usuarios de redes sociales.

Tipo de estudio de caso: El tipo de estudio de caso para el presente trabajo de titulación será el simple incrustado. Simple, en tanto se estudiará un solo contexto, que son las manifestaciones ocurridas en Ecuador desde el 03 al 13 de octubre del

2019, e incrustado, puesto que se escogerán a dos canales dentro del espectro televisivo de los Mass Media, como son: Teleamazonas y RT en Español, en su influencia al público, dentro del espacio de los Social Media, específicamente de la red social Facebook, en cuanto a las protestas de octubre.

El nivel de investigación será descriptivo, porque se trata de determinar, la influencia de las publicaciones de los canales Teleamazonas y de RT en Español, sobre el público de Facebook, mediante el abordaje del contenido de sus publicaciones, es decir, del discurso de los usuarios, en el contexto de las protestas de Octubre, entendiendo las opiniones, los comentarios, las percepciones, en definitiva, el imaginario de los usuarios, que directamente se ven influenciados, por los mass Media: RT en Español y Teleamazonas. Como es evidente, no existen investigaciones previas respecto a las protestas de octubre en Ecuador de carácter sociológico, sin embargo, existen investigaciones respecto de otros conflictos sociales anteriormente ocurridos, como la crisis de gobernabilidad sufrida durante los años 90s, o la inestabilidad política, a finales de los 90 y principios de los 2000. Por tal motivo, resulta imperativo dotar a esta investigación de un carácter descriptivo profundo, para que pueda servir como base, para futuras investigaciones que tomen como punto de partida el mismo fenómeno, y que puedan desarrollar un nivel explicativo.

Selección de los casos de estudio: El dominio de la investigación son todos los Mass Media, es decir, medios de comunicación de radio, televisión, periódico y redes sociales. El caso de estudio son las publicaciones de los Mass Media Teleamazonas y RT en Español, en su influencia sobre los usuarios de Facebook, en el contexto de las protestas de octubre del 2019. La unidad de observación es todo el contenido de las publicaciones de los usuarios en Facebook, respecto de la información difundida por RT en Español y Teleamazonas en esa red social. Así también, el tipo de muestreo a usarse será el muestreo no probabilístico intencional, dado que se trata de una investigación de carácter cualitativo, en la que la selección de los casos, se basará en un criterio de conveniencia e idoneidad, acorde a los planteamientos de los objetivos específicos. En ese sentido, se seleccionará por cada medio de comunicación, las noticias más relevantes durante el mes de octubre del 2019. La relevancia en cuanto al número de publicaciones a seleccionarse, se determinará por la cantidad de publicaciones a modo de comentarios, de parte de los usuarios en los perfiles de Teleamazonas y RT en Español, en Facebook. Es decir, se seleccionarán las publicaciones que tengan un mayor número de comentarios de los usuarios. El número de publicaciones se determinará posteriormente, y se basará en un criterio de saturación de la información. Respecto del número de comentarios o discursos de los usuarios a seleccionarse en base a una publicación, se lo determinará también con un criterio de saturación de la información. La selección de los discursos por cada publicación, se hará aplicando un muestreo no probabilístico intencional, en donde, los criterios de conveniencia e idoneidad, se basarán en la selección de los discursos con mayor extensión.

No obstante, se prevé seleccionar 15 publicaciones de Teleamazonas y 15 publicaciones de RT en Español. Por cada publicación de cada medio, se prevén tomar 10 discursos de los usuarios. Es decir, el número muestral total de publicaciones será de 30 y de discursos será de 300. Cabe recalcar, que estos números para la muestra, son susceptibles de variar, en tanto, puede que una saturación de la información, se consiga con un número menor de discursos, o por el contrario, puede que se alcance con un número mayor de discursos. La temporalidad a usarse en la presente investigación será todas las publicaciones efectuadas en el mes de octubre, desde el 01 hasta el 31 de octubre del 2019.

Cabe resaltar que para la presente investigación, se tomarán únicamente los discursos textuales de los usuarios. Es decir, se excluyen imágenes, videos y links que se pudiesen compartir como comentarios por parte de los usuarios. Esto es debido a que las técnicas de recolección de datos y de análisis de datos a usarse en esta investigación, trabajan exclusivamente con textos. Así también, el término usuarios, se refiere no únicamente a personas en su individualidad, sino también, un usuario puede ser una institución o un grupo que comente en una determinada publicación de Teleamazonas o RT en Español; por lo que, al señalarse que se tomarán las publicaciones de los usuarios, esto quiere decir que se incluirán todas las publicaciones, basándose en los criterios de selección de un muestreo no probabilístico intencional, independientemente de si se trata de un solo individuo, una institución o un grupo de individuos.

Técnicas e instrumentos para la recolección de datos: Las técnicas de recolección de datos para el presente trabajo de investigación y titulación será el análisis de contenido online. Esta técnica, según Orellana (2006) consiste en un registro de datos, en el cual se almacena y se asegura la información obtenida de las personas investigadas. "En los entornos virtuales los datos obtenidos se caracterizan por su formato digital, lo que proporciona al investigador la facilidad y comodidad de su registro en forma casi instantánea y automática mientras los datos van surgiendo, pues basta con hacer un par de «clic» para lograrlo" (Orellana, 2006, p. 217). Para el procesamiento de los datos, se usará la plataforma Microsoft Word. La información seleccionada, en base a los criterios señalados con anterioridad, será analizada en Word, mediante un sociograma y una matriz de análisis de contenido. La información obtenida de Facebook, las publicaciones y los discursos se trasladará sin ninguna modificación, a Word, para la posterior aplicación de la técnica de análisis de contenido.

Como se mencionó, primeramente, se aplicará un sociograma como este:



En este sociograma, se establece la divergencia-convergencia del discurso de los usuarios, con respecto a las publicaciones de los medios, en el eje X, y la influencia de las publicaciones de los medios, en el eje Y. Un discurso, mientras más divergente, significará que el usuario tiene una postura crítica, y así por tanto, la influencia será menor. Por el contrario, si se trata de un discurso convergente, querrá decir que el usuario no tiene una postura crítica con respecto a ese medio, y por tanto, la influencia, será alta. Los niveles cualitativos serán: Nula influencia, muy baja influencia, baja influencia, mediana influencia, alta influencia y muy alta influencia. En tanto los niveles cualitativos para el eje X será de la siguiente manera:



De esta manera, las categorías del eje X como las del eje Y, se correlacionarán, de la siguiente manera:

NULA INFLUENCIA	ALTA DIVERGENCIA
MUY BAJA INFLUENCIA	MEDIANA DIVERGENCIA
BAJA INFLUENCIA	BAJA DIVERGENCIA
MEDIANA INFLUENCIA	BAJA CONVERGENCIA
ALTA INFLUENCIA	MEDIANA CONVERGENCIA
MUY ALTA INFLUENCIA	ALTA CONVERGENCIA

Las categorías que se vayan obteniendo, serán de nivel semántico, y sobre todo, se determinará, el nivel de convergencia-divergencia de los discursos, en cuanto al ámbito político-ideológico. Para la obtención de las categorías, se aplicará la siguiente matriz en donde se aplicará el análisis de contenido en sí:

Categorías	Códigos	Cita	Interpretación
Actitud frente al medio de comunicación	A favor	"....."	
	En contra	"-----"	

El proceso con el uso de la matriz, permitirá identificar categorías que vayan surgiendo en el discurso, así también como códigos, lo que se imbrica dentro del proceso de categorización y codificación de la información. La interpretación permitirá conocer los elementos semánticos del discurso, aquello que no se manifiesta de forma explícita.

Se aplicará un sociograma y una matriz de análisis de contenido para cada publicación, por lo que al final del presente trabajo investigativo, habrá 30 sociogramas y 30 matrices.

Al final de esta fase, se podrá cumplir con los objetivos específicos de manera parcial, porque con la matriz de análisis de contenido, se podrán conocer los elementos semánticos, y con el sociograma, se podrá conocer la divergencia-convergencia del discurso de sus usuarios, para determinar una influencia de los medios de comunicación sobre los mismos. Las categorías obtenidas del sociograma, constituyen categorías que conforman o construyen el discurso de los usuarios, en base a la

publicación de los Mass Media en Facebook, es decir, al querer conocer la forma en que se construye el discurso de los usuarios, necesariamente deberemos extraer categorías que nos permitan identificar la estructura semántica propiamente dicha de cada discurso. La matriz anteriormente señalada y el sociograma, permitirá conocer asimismo, la postura político-ideológica de cada uno de los usuarios, toda vez que las categorías que irán surgiendo, y consecuentemente los códigos, tendrán un componente político e ideológico de fondo, por lo que se podrá conocer esta postura de cada uno de los usuarios. Como otro ejemplo de categoría para la aplicación del análisis del contenido, podemos señalar la categoría: "Postura ideológica", y en la cual, los códigos serán: "de Derecha" y "de Izquierda", con su respectiva cita y su interpretación, como se explicita en el gráfico previo.

Técnicas de análisis de resultados: El método de análisis de resultados será en este caso el análisis del discurso, que es una técnica que analiza el trasfondo de determinada sección de un discurso, en base a categorías y códigos que vayan surgiendo. González (2015) señala: "El análisis del discurso (AD) es un conjunto de métodos que tienen como objetivo estudiar el uso del lenguaje y su papel en la vida social" (p.324). Así también para González (2015) el análisis del discurso analiza el contexto a través del uso del lenguaje. Es decir, mediante el análisis del discurso, se pueden conocer los contextos por los que un individuo se expresa de determinada manera. Para esta fase del proyecto de investigación, la codificación de los discursos, esto incluye citas, códigos y categorías, se hará mediante el uso de la herramienta informática Atlas Ti, para obtener una sistematización de las variables que surjan en base al discurso de los usuarios en Facebook. Específicamente hablando de este proceso, se copiarán los discursos de los usuarios a la plataforma virtual Atlas Ti, y se procederá con la selección de categorías, memos y gráficos. Todo el proceso de implementación, categorización y relacionamiento de códigos, forma parte en sí del proceso de análisis del discurso. Según Bonilla & García (2016) a diferencia del análisis del contenido, el análisis del discurso permite hacer interpretaciones en base a un contexto, es decir, se pueden dar inferencias contextuales, que determinan el trasfondo de un discurso. Así también, los códigos que se aplican en este proceso, se los divide en códigos abiertos y códigos axiales (Bonilla & García, 2016). La codificación abierta se divide a su vez en precodificación y codificación in vivo; en la precodificación surgen códigos en base a la subjetividad inductiva del investigador, mientras que los códigos in vivo constituye el lenguaje de los participantes en sí (Bonilla & García, 2016). Esta primera fase de codificación, se efectuará con el uso de memos y en la transcripción inicial de las entrevistas, a la plataforma Atlas Ti. El otro nivel de codificación se la conoce como axial. En la codificación axial, se da un proceso de relación entre los códigos, que hayan surgido en la fase previa, de manera que, aquellos códigos que tengan mayores ramificaciones hacia otros códigos, serán considerados más centrales (Bonilla & García, 2016). Puede haber al final de la investigación, un código principal, o pueden existir distintos códigos igual de relevantes entre ellos. Las categorías que se pueden establecer en la codificación axial, en la herramienta Atlas Ti son las siguientes: Se asocia con, es parte de, es causa de, contradice a, es una, es propiedad de y sin nombre. El proceso de codificación axial, se efectuará con la elaboración de gráficos sistematizados en Atlas Ti, en donde se podrá conocer el o los códigos principales, y su relación con el resto de códigos. Con cada gráfico que se obtenga, se hará un análisis del discurso para entender, el trasfondo del mismo, es decir, con las citas y los códigos obtenidos, se procederá a analizar el contexto de ese discurso, mediante inferencias, que permitan entender de manera profunda, la estructura semiótica de cada discurso. En esta fase de la investigación, por cada publicación de los medios, se hará todo el proceso de codificación con su respectivo gráfico. Es decir, al final de la investigación se tendrán 30 gráficos. Finalmente, se desarrollará un gráfico general al final del proceso investigativo, y su análisis, formará parte de los resultados obtenidos y de las conclusiones que se pueden llegar al final del presente trabajo de titulación. Al final de este proceso, se podrá cumplir de manera absoluta, con los objetivos específicos de la investigación, puesto que el proceso de codificación que se realiza en Atlas Ti, permitirá conocer los elementos semánticos que forman parte del discurso; así también, la elaboración de códigos, permitirá conocer la postura política-ideológica, la misma que se profundizará, con una interpretación contextual, en el proceso del análisis del discurso. Por otra parte, el nivel de convergencia-divergencia de los discursos, también se podrá determinar en el momento en que se establezcan los relacionamientos de los códigos, mediante gráficos, en la plataforma Atlas Ti, toda vez que, conectores como "contradice a" indicarían una postura divergente, y una conector como "se asocia con" indicaría una postura convergente del usuario. Además, al momento del análisis contextual-inferencial, se podrá también determinar la convergencia y divergencia, porque hay que recordar, que en este proceso metodológico, no se dejará de lado el contenido de las publicaciones de los medios de comunicación. Si bien es cierto, el estudio se enfocará en los individuos, para poder determinar efectivamente una influencia, no se puede ignorar por completo el contenido de las publicaciones de Teleamazonas y RT en Español, en Facebook. Con el cumplimiento de los objetivos específicos de la presente investigación, se podrá responder la pregunta general de investigación, es decir, de qué manera influyen las publicaciones de Teleamazonas y RT sobre los usuarios en Facebook, y el objetivo general, en cuanto a determinar la influencia de las publicaciones. Un resultado hipotético puede ser que la influencia sobre los usuarios puede ser nula, o por el contrario, puede determinarse una alta influencia, en base a la aplicación y los procedimientos metodológicos, mencionados con anterioridad. Posterior a todo este proceso de selección, codificación y análisis metodológico, se llegarán a conclusiones finales, que siempre en este tipo de investigaciones cualitativas, tendrán un cierto grado de subjetividad, pero no por ello, dejará de ser de utilidad para futuras investigaciones que se hagan sobre el tema.

Calidad científica del estudio de caso: La triangulación de la información será abarcando las teorías de tres pensadores principales: Jürgen Habermas, Noam Chomsky y Manuel Castells. Así también, se utilizará triangulación para el análisis de los resultados, que será el del investigador y dos académicos con conocimiento del tema.

7.-CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cronograma de actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Recopilación de información secundaria																								
Planteamiento del problema de investigación																								
Planteamiento de preguntas y objetivos de investigación																								
Justificación de la investigación																								
Presentación de la propuesta																								
Realización del Marco Teórico																								
Planteamiento del Diseño Metodológico																								
Selección de la muestra																								
Ejecución de la técnica online: Análisis de contenido																								
Procesamiento de la información																								
Análisis de datos en Word y Atlas Ti																								
Resultados de los análisis																								
Conclusiones finales																								
Elaboración del informe a presentar																								
Sustentación del proyecto de investigación																								

8.-ESQUEMA TENTATIVO

0.- Portada

1.- Pertinencia académica y social

2.- Justificación.

3.- Problema Central.

4.- Preguntas y Objetivos de Investigación.

4.1.-Pregunta General

4.2.-Preguntas Específicas

4.3.-Objetivo General.

5.4.-Objetivos Específicos.

5.- Marco teórico.

5.1.-Teorías de la Sociología de la Comunicación

5.1.1.-Teoría de la Acción Comunicativa

5.1.2.-Teoría de la Sociedad Red

5.1.3.-Manipulación Mediática de los Medios de Comunicación

5.1.4.-Teoría de los Efectos Limitados

5.1.5.-Teoría de la Agenda Setting de los Mass Media.

5.2.-Nivel de Congruencia-Divergencia en el discurso de los usuarios

5.3.-Elementos semánticos presentes en el discurso de los usuarios

5.4.-Postura político-ideológica en el discurso de los usuarios

6.- Metodología.

6.1.- Enfoque y diseño metodológico

6.2.- Tipo de Estudio.

6.3.- Selección de los casos de estudio.

6.4.- Técnicas y Recolección de datos.

6.4.1.-Aplicación de la técnica Análisis de Contenido

6.5.- Técnicas de análisis de datos.



6.5.1.-Aplicación de la técnica Análisis del Discurso

6.6.- Calidad científica del estudio de caso.

7.- Cronograma de actividades.

8.- Esquema tentativo

9.- Bibliografía

9.-BIBLIOGRAFÍA

Alorda, F. et al. (2009). La influencia de los medios de comunicación sobre la percepción subjetiva respecto a la inseguridad. Universidad Nacional de Entre Ríos. Concepción-Uruguay. Recuperado de: http://www.fts.uner.edu.ar/catedras03/metinvest_tecn_cuanti/invest_catedra/Investacion_2009.pdf

Barrio J. (2017). La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España. Universidad Complutense de Madrid. Madrid-España. <https://eprints.ucm.es/42339/1/T38702.pdf>

Bonache J. (n.d). El estudio de caso como estrategia de construcción teórica: características, críticas y defensas. Madrid-España.

Bonilla A & López A. (2016). Ejemplificación del proceso metodológico de la teoría fundamentada. Revista Scielo. Santiago-Chile. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-554X2016000300006

Bonilla J & Gálvez J. (2007). Análisis de la crisis bancaria de 1999 y sus efectos en la industria ecuatoriana en el período 1999-2004. Escuela Politécnica Nacional. Quito-Ecuador. Recuperado de: <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/737/1/CD-1126.pdf>

Carvajal H. (s.f). Las redes sociales en los medios de comunicación. NeoStuff. Barcelona-España. Recuperado de: <https://www.neostuff.net/las-redes-sociales-en-los-medios-de-comunicacion/>

Castells M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red: Los medios y la política. Revista Telos. Cataluña-España. Recuperado de: <https://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2012/07/120704.pdf>

Chaves A. (2017). Comunicación política y redes sociales. Universidad Pablo de Olavide. Sevilla-España. Recuperado de: http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/14553/Uso_efectividad_y_alcance.pdf?sequence=2

Chomsky N. (n.d). El control de los medios de comunicación. Recuperado de: <https://cronicon.net/paginas/Documentos/paq2/No.31.pdf>

Chomsky N. (2007). El control de los medios de comunicación por Noam Chomsky. Red Voltaire. París-Francia. Recuperado de: <https://www.voltairenet.org/article145977.html>

CincoDías. (2008). Facebook sigue a MySpace y lanza su versión en español. El País. Madrid-España. Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2008/02/11/empresas/1202740785_850215.html

Coello P. (2019). En Quito se vivió una ardua jornada de protestas. Teleamazonas. Quito-Ecuador. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=EwHdv1UDiBM>

Diario El Universo. (2019). Terminó el paro indígena en Ecuador: Nuevo decreto reemplazará al 883. Ecuador. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/13/nota/7558853/paro-ecuador-comenzo-dialogo-paz-gobierno-dirigencia-indigena>

Duchitanga R. (2018). Criminalización de la protesta social por la defensa de los derechos humanos y de la naturaleza, en la provincia de Zamora Chinchipe, período 2008-2016. Universidad Andina Simón Bolívar. Quito-Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6162>

Ecuavisa. (2019). Conaie anuncia la muerte de otro indígena en protestas. Ecuador. Recuperado de: <https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/541266-conaie-denuncia-muerte-otro-indigena-protestas>

Fernández M. (2016). La Sociología de la comunicación y la Mass Communication Research: Tradición y actualidad. Universidad Rey Juan Carlos. España. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/122/12249678009/html/index.html>

Garrido L. (2011). Habermas y la teoría de la acción comunicativa. Revista razón y palabra. México. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/ultimas/38_Garrido_M75.pdf

Gelpi R. (2018). Política 2.0: Las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: Caso Uruguay. Universidad Complutense de Madrid. Madrid-España. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/49515/1/T40361.pdf>

Gómez L. (2010). La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas. Universidad Pompu Fabra. España. Recuperado de: https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11292/teoria_efectos.pdf

González A. (2015). Estrategias metodológicas para la investigación del usuario en los medios sociales: Análisis de contenido, teoría fundamentada y análisis del discurso. Universidad de Valencia. Valencia-España.



Gourvennec Y. (2016). Why social media will never be like mass media. Marketing and Innovation. Visionary: Marketing & Innovation. París-Francia. Recuperado de: <https://visionarymarketing.com/2016/02/social-media-will-never-like-mass-media-social-marketing-social-selling/>

Greenfield M. (2019). Most Popular Social Networks as of October 2019, ranked by number of active users. Statista. United States. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>

Guaramaco K. (2017). ¿Son las redes sociales medios de comunicación? Roastbrief. México DF - México. Recuperado de: <https://www.roastbrief.com.mx/2017/03/son-las-redes-sociales-medios-de-comunicacion/>

Hernández R. (2014). Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw Hill. Impreso en México D.F.-México.

Herreros J. (2016). Sociología de la comunicación. Universidad Tecnológica del Perú. Lima. Recuperado de: https://www.academia.edu/35010756/LIBRO_SOCIOLOGIA_DE_LA_COMUNICACION

Hesses S & Mazzitelli A. (2010). Influencia de las redes sociales en los medios de comunicación. Universidad de Palermo. Palermo-Italia. Recuperado de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=163&id_articulo=6133

Hutt H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. Universidad de Costa Rica. San José- Costa Rica. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Idrovo C. (2015). Medios de Comunicación y su influencia en la conducta violenta en el entorno escolar, de los estudiantes de cuarto año de la escuela fiscal mixta matutina n° 119 Dr. Teodoro Wolf de la ciudad de Guayaquil. Universidad de Guayaquil. Guayaquil-Ecuador: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8203/1/TESIS%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACI%C3%93N-%20CRISTY%20IDROVO%20R.pdf>

IPMARK (2017). Facebook desbanca a los medios tradicionales como fuente de información. Madrid-España: <https://ipmark.com/medios-comunicacion-versus-social-media/>

La Vanguardia. (2017). Rafael Correa y su poco aprecio por la prensa en Ecuador. Barcelona-España. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20170402/421336229121/rafael-correa-poco-aprecio-libertad-expresion-ecuador.html>

López J. (2015). Correa revela cómo la derecha ataca los gobiernos progresistas latinoamericanos. RT en Español. Moscú-Rusia. Recuperado de: <https://actualidad.rt.com/actualidad/170977-correa-denuncia-tacticas-arremeter-gobiernos-izquierda-latinoamerica>

Mirom A. (2016). Los Medios de Comunicación no son imparciales. El País. Costa Rica. Recuperado de: <https://www.elpais.cr/2016/10/09/los-medios-de-comunicacion-no-son-imparciales/>

Mendoza I. (2013). Historia de los medios de comunicación. UtelBlog. México. Recuperado de: <https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/historia-de-los-medios-de-comunicacion/>

Moreno J. (2019). La comunicación estratégica en RT: Construcción de encuadres en los conflictos de Yemen y Ucrania. Revista política y estrategia. Santiago-Chile. Recuperado de: <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaComunicacionEstrategicaEnRt-7017772.pdf>

Neudecker M. (2015). Los medios de comunicación: "El espacio donde se crea el poder". Sociólogos. España. Recuperado de: <https://sociologos.com/2015/01/27/los-medios-de-comunicacion-el-espacio-donde-se-crea-el-poder/>

Normas APA. (s.f.) Categorizar y codificar los datos en tesis cualitativas. Recuperado de: <http://normasapa.net/categorizar-codificar-datos-tesis-cualitativas/>

Orellana D. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa. Universidad de Salamanca. España. Recuperado de: <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/45434/1/Tecnicas%20de%20recoleccion%20de%20datos%20en%20entornos%20virtuales%20mas%20usadas%20en%20la%20investigacion%20cualitativa.pdf>

Peinado F. (2018). Diez cosas que aprendí viendo RT en Español durante una semana. Diario El País. Madrid-España. Recuperado de: https://elpais.com/internacional/2018/02/12/actualidad/1518426352_741037.html

Piñeiro G. (2017). Noam Chomsky. Las 10 estrategias de manipulación mediática. España: <https://kaosenlared.net/noam-chomsky-las-10-estrategias-manipulacion-mediatica/>

Plan V. (2017). Ecuador y la red de injerencias rusa en internet. Quito-Ecuador. Recuperado de: <https://www.planv.com.ec/historias/politica/ecuador-y-la-red-injerencias-rusa-internet>

Pozas M. (2016). El papel de los medios de comunicación según Noam Chomsky. Sociología hoy. México. Recuperado de: <https://sociologahoy.wordpress.com/2016/05/21/el-papel-de-los-medios-de-comunicacion-segun-noam-chomsky/>

Proaño N. (2019). Lenín Moreno traslada la sede de gobierno de Ecuador a Guayaquil. diario Metro. Ecuador. Recuperado de: <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2019/10/07/moreno-sede-gobierno-guayaquil.html>

PuroMarketing. (2019). Las redes sociales se consolidan como canal de influencia e información. Madrid-España. Recuperado de: <https://www.puromarketing.com/16/32209/redes-sociales-consolidan-como-canal-influencia-informacion.html>

Reuters. (2019). Ecuador decreta estado de excepción ante alza en el combustible. Radio Televisión Martí. Ecuador. Recuperado de: <https://www.radiotelevisionmarti.com/a/ecuador-en-estado-de-excepci%C3%B3n-ante-alza-en-el-combustible/248790.html>



Robayo L. (2019). Video: Al gobierno de Ecuador le "llama la atención" que RT transmitiera en vivo las protestas más masivas en su país en los últimos 15 años. RT en Español. Moscú-Rusia. Recuperado de: <https://actualidad.rt.com/actualidad/330360-ecuador-critica-cobertura-rusia-protestas-paquetazo>

Rodríguez, R. (2004). Teoría de la Agenda Setting: Aplicación a la enseñanza universitaria. España. Recuperado de: <http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/opinion-publica-evolucion-de-la-teoria-de-la-Agenda-Setting.pdf>

Romero, E. (2019). Acuerdo entre el FMI y el Ecuador: Qué compromisos adquirió el país y cuáles son sus objetivos. RT en Español. Moscú-Rusia. Recuperado de: <https://actualidad.rt.com/actualidad/318263-consecuencias-beneficios-acuerdo-ecuador-fmi>

Romero, H. (2019). Fuego y disparos: La situación en Quito tras las duras protestas por las medidas de Lenín Moreno. RT en Español. Moscú-Rusia. Recuperado de:

<https://actualidad.rt.com/actualidad/330154-video-quito-tras-duras-protestas-paquetazo-lenin-moreno>

Salvador, A. & Gutiérrez, E. (2010). Redes sociales y medios de comunicación: desafíos legales. Madrid-España. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2010/noviembre/14.pdf>

Sánchez A. (2010). La acción de los medios de comunicación masiva en el Ecuador: ¿Acción comunicativa o estratégica? Quito-Ecuador. Recuperado de: <https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1272321619.trabajoteoriasocialanacristina.pdf>

Sayago S. (2013). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Valparaíso-Chile.

Tamayo E. (2019). 2 años de Lenín Moreno: Giro total a la derecha. América Latina en movimiento. Quito-Ecuador. Recuperado de: <https://www.alainet.org/es/articulo/200021>

Telesur. (2017). Lenín Moreno se aleja del modelo de Correa, según analistas. Venezuela. Recuperado de: <https://www.telesurtv.net/news/Lenin-Moreno-se-aleja-del-modelo-de-Correa-segun-analistas-20170808-0058.html>

Zábala V. Sánchez J. (2019). Facebook es la red social más usada en Ecuador. Ekos. Quito-Ecuador. Recuperado de: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/facebook-es-la-red-social-mas-utilizada-en-ecuador>